گرافیتی چیست؟

نگارشی درباب شیوه‌های نگرش به هنرخیابانی



کارن رشاد

گرافیتی چیست؟

نگارشی درباب شیوه‌های نگرش به هنرخیابانی

کلاه استودیو

گرافیتی چیست؟

نگارشی درباب شیوه‌های نگرش به هنرخیابانی

کـارن رشـاد

کلاه استودیو

گرافیتی‌چیست؟ نگارشی درباب شیوه‌های نگرش به هنرخیابانی
نویسنده: کارن رشاد
حروفچینی، صفحه‌آرایی و طراحی: کلاه استودیو
نشر کلاه استودیو
تاریخ، نوبت و محل نشر: بهار ۱۳۹۷، چاپ اول، آلمان
شمارگان: ۵۰۰ نسخه
شابک: ۶-۰۵۹۳۶۶-۰۰-۳-۹۷۸

www.KolahStudio.com , Email: studio@kolahstudio.com

عنوان و نام پدیدآورنده: گرافیتی چیست؟ / کارن رشاد
مشخصات ظاهری کتاب: رقعی/ شمیز/۲۱۶ ص./ گلاسه
یادداشت: ص.ع. به انگلیسی: Karan Reshad. What is Graffiti? *A writing about approaches to street art*
موضوع: پژوهشی، هنر- قرن ۱۴

فهرست بخش‌ها






…a Christian…
…a Muslim…
a Jew
CHAOS

تصویر در بستر تاریخ

همــه مــا بــه واســطه حس بینایــی و در هنــگام بیــداری بــا دو وجــه از تصاویــر مواجهیــم. تصاویرطبیعــی و تصاویرمصنــوع (خلق‌شــده توســط خودمــان یــا دیگــران). ایــن تصاویــر کـه در زندگــی روزمــره می‌بینیــم چیســتند؟ اگــر در شــهر زندگــی می‌کنیــم احتمــالا فضــای داخلــی خانه‌مــان، فضــای خارجــی شــهر، عناصرشــهری، آســمان، تبلیغــات و رســانه‌ها مــا را احاطـه کرده‌انـد. در خیابـان بـا مناظـر شـهری مواجهیـم. بیلبوردهـا و تبلیغـات هـم بـه هـر ترتیـب در معـرض دیدمـان قـرار دارنـد. از تبلیغـات قدیمـی و نقاشی‌شـده گرفتـه تـا امـروز کـه تصاویرمتحـرک در هیبـت مانیتورهـای بـزرگ در شـهرها خودنمایـی می‌کننـد. در میـان همــه این‌هــا نقاشــی‌های دیــواری بــزرگ را می‌بینیــم کــه بــر روی ســاختمان‌ها نقاشــی یــا چـاپ و نصـب شـده‌اند. اگـر در پیاده‌روهـا قـدم بزنیـم و بـه در ودیـورا دقت کنیـم، روی ایـن سـطوح و کمـی نزدیک‌تـر بـه مـا، تبلیغـات، تراکت‌هـا و برچسـب‌هایی دیـده می‌شـوند. گاه ممکن‌اسـت بـا خـط و خطـوط یـا طرح‌هایـی هـم مواجـه شـده باشـیم کـه روی دیـوار

نقاشی‌شده ولی به‌نظر نمی‌رسد که رسمی باشند. ممکن است با اطمینان بگویید که همه این خط وخطوط یا نقاشی‌ها، مزاحم، غیرقانونی و خرابکارانه‌اند. احتمال این‌که چنین تصاویر مزاحم یا خرابکارانه‌ای در موضوع این کتاب یعنی «گرافیتی» بگنجند کم نیست. گرافیتی نامی است که به یک پدیده اجتماعی داده شده و آن را می‌توان در بسترهای متنوعی مورد ارزیابی قرار داد. در این کتاب به برخی از آن‌ها خواهیم پرداخت.

اگر تمامی تعاریف زندگی شهری را نادیده‌گرفته و بخواهیم تعریف عمومی‌تری از گرافیتی ارایه دهیم، باید آن را اثرگذاری روی‌سطوح بدانیم، اما در زندگی قانون یافته ما انسان‌های یکجانشین و احتمالا شهرنشین، امروزه تصاویر روی سطوح‌شهری را در دو دسته کلی بازشناسی می‌کنند: قانونی و غیرقانونی یا به زبانی دیگر مُجاز و غیرمُجاز.

گرافیتی‌ها از این نقطه نظر بی‌شک به دسته تصاویر عمومی غیر قانونی تعلق دارند. البته باید توجه داشت که غیرقانونی بودن، تنها وجه تمایز گرافیتی از تصاویر دیگر نیست. اگر بگوییم هر تصویر غیرقانونی لزوما گرافیتی است، بعید نیست که قضاوتی‌عجولانه کرده و بسیاری از جزییات را نادیده گرفته باشیم. از این گذشته در چنین قضاوتی پاسخ گویی به پرسشی‌مهم پیرامون «امر مُجاز» و« امر غیر مُجاز»، تاثیر بزرگی بر نتیجه‌گیری‌های ما خواهد گذاشت.

دست‌کم برای روشن‌تر شدن بحث و همین‌طور داشتن پیش‌زمینه‌ای مشترک در مواجهه با تصویر در محیط عمومی، بد نیست کار را از نگاهی بر تاریخ و بازشناسی نمونه‌هایی تاریخی از خلق تصویر در محیط‌های انسانی شروع‌کنیم و در نهایت با یک تقسیم‌بندی کلی جایگاه گرافیتی را در میان تمامی تصاویرمصنوع بشر مشخص کنیم.

سیر تاریخی تحول تصاویر در محیط عمومی

برپایه معیارهای پدیدار شناسانه، آغاز تاریخ خلق‌تصاویر در محیط‌های عمومی را آفرینش اولین نقوش بدست انسان می‌دانند. به هر حال تصویرگری در زندگی فردی و اجتماعی‌انسان، نقطه آغازی داشته است. مثلا می‌توان اولین‌نگاره‌های یافته شده از تاریخ بشر را به دوران سنگی مربوط دانسته، از این‌طریق آثاری از قبیل آن‌چه بر دیوارهای غار لاسکو[1] در فرانسه به جای مانده را به عنوان اولین زادگاه این پدیده مورد توجه قرار داد.

در دوران باستان، نقاشی روی دیوارها معمولا وسیله مستندسازی قصه‌های انسان‌هایی بود که آن تصاویر را نقش می‌کردند. با این‌حال در یافته‌های باستان‌شناسی، نمونه‌های جالبی مبنی‌بر نقش تبلیغاتی برخی از این تصاویر دیده می‌شود: از یونان باستان، نقوشی بر دیوارهای شهر افه سوس[2] بدست آورده‌اندکه ظاهرا وسیله تبلیغ روسپی خانه‌ها بوده اند ! نمونه‌ها ی مختلف از این دست در ادوار تاریخی کم نیستند. با توجه به نقاشی‌ها و نوشته‌هایی که در پامپی[3] دیده می‌شوند و نیز مستندات بی‌شمار از قصرهای سری‌لانکا گرفته تا بقایایی بجامانده از وایکینگ‌ها و حتی در تمدن سرخپوستان آمریکا، همه جا با نمونه‌های خلق تصویر در فضای عمومی برخورد می‌کنیم. هر چه از دوران باستان دورتر و به دوران مدرن نزدیک می‌شویم تعداد شواهد به‌جامانده بیشتر و نقش تصاویر در زندگی آدمیان پررنگ تر می‌شود. تصاویر بر سطوح شهری به دلایل و عناوین مختلف تولید یا بازتولید می‌شوند. برای مثال نقاشان انقلابی آمریکای لاتین را در نظر آورید که هدفشان بی‌شک با اهداف نقاشان دیواره غار لاسکو متفاوت بوده است هرچند در جایی با یکدیگر اشتراک‌دارند: ارتباط تصویری.

---

1 Lascaux
2 Ephesus
3 Pompie



نمونه ای از پتروگلیف بر تخته سنگی در موآب / یوتا

یادگاری‌نویسی‌های عادی مردم را به در نظر بگیرید، مثل آن‌چه روی نیمکت مدارس یا در رختکن سربازخانه ها به چشم می‌خورد. این‌ها نیز نمونه‌های ابتدایی اثرگذاری انسان در محیط عمومی هستند، هر چند انگیزه، نحوه بیان یا مهارت اثرگذاری در همه موارد یکسان نیستند .

یافته‌های باستان‌شناسان از تپه‌گوبکلی[4] و اطراف آن (جنوب شرقی ترکیه) نشان‌می‌دهند که مجسمه‌های سنگی احتمالا از هزاره هشتم و نهم قبل از میلاد در آنجا وجود داشته‌اند. این مردمان بعضا حیوانات را تصویر می‌کرده اند. تصاویر و مجسمه‌هایی که توسط انسان‌های شکارچی-گردآورنده خلق می‌شدند. هنری که می‌توانسته کاربردی اطلاع رسان یا شاید متافیزیکی و آیینی داشته باشد.

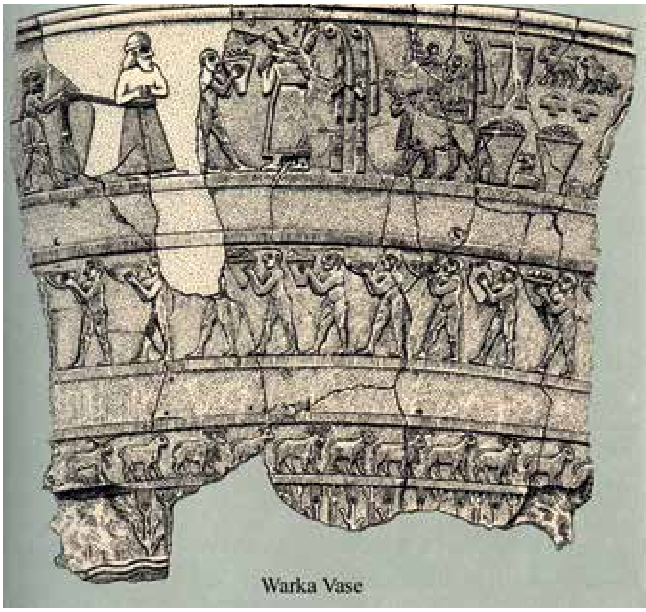
4 Göbeklitepe

بعدها، اولین یکجانشینان در حالی که آداب و سنن نیایشی خود را بسط و گسترش می‌دادند، به فرهنگ تصویری بومی و گسترش‌یافته تری نیز دست یافتند. تا آنجا که بعد از مرگ، جمجمه مردگان را از بدنشان جدا کرده یا بدلی از گل به جای آن می‌ساختند. به این شکل یک سردیس مشابه به واقعیت تهیه می‌شد. سردیسی که جای خالی انسان مرده را در میان بازماندگانش پر می‌کرد.

در دوران سرامیک– نوسنگی، یعنی از حدود ۶۰۰۰ قبل از میلاد، بر تعداد این اجسام ساخته دست انسان افزوده شد. در این دوران یک اندام عریان زنانه به نشان زنانگی و یک اندام عضلانی در هم تنیده به نشان مردانگی در مرکز اعتقادات نماد پردازانه مذهبی قرار گرفت. این دو نماد، هر دو یاد آور ویژگی‌های بارورانه نر و ماده بوده و از سنگ بناهای نظام فکری انسان‌های یکجا نشین وکشاورز به حساب می‌آیند.

در دوران پایانی هزاره چهارم پیش از میلاد شاهد دگرگونی کارکردهای تصاویر در پرتوی ظهور شهرنشینی هستیم. نمونه‌های متعددِ بیان بصری در نخستین شهرها گواه این مساله است. شهرهایی مثل اوروک[5] و شوش[6] نشانه‌هایی به دست می‌دهند که با ملاحظه آن‌ها شکی نسبت به اهمیت دیرینه تصاویر در زندگی اجتماعی باقی نمی‌ماند. با پیچیده شدن همه جانبه ارتباطات تن به تن آدمیان در شهرها، نیاز به یک ساخت و ساز انتظامی، برای حفظ انسجام و نظم در محیط ناهمگون شهر ی به وجود آمد. در تصاویر منقوش بر دیواره گلدان رخامیِ وارکا که در اوروک پیدا شده یک نظم اجتماعی جدید مشاهده می‌شود. تصویر این گلدان یک نظام حکومتی مرکزی و طبقاتی را توصیف می‌کند. نظمی توجیه گر، تقویت کننده و موازی با باورهای مذهبی مردمان. بدین ترتیب با ثبت تصویری این ساختار(که تا پیش از آن شفاهی بوده)، قدمی موفق در راستای رسمیت بخشی و باورمند سازی جامعه نسبت به حکومت برداشته اند. این از اولین قدم‌های انسان به سمت قانون

5 Uruk
6 Shush





گلدان رخامی وارکا / اوروک

و رسمیت بخشیدن از طریق ثبت تصویری است. در دورانی که خط ابدا نشده بود، تصاویر عجالتا نقش زبان‌مشترک و وسیله ارتباطی را ایفا می کردند.

در هزاره سوم پیش از میلاد گزارشات متنوع درباره یافته‌های تصویری بیان گر و راهنمای رد یابی باورهای مذهبی، سیاسی و اقتصادی نواحی یا دوران‌های مختلف هستند. از دو هزاره بعدی تعداد بسیار بیشتری از تصاویر دردسترس است. تصاویری که تولیدشده و محوریت فرهنگی یافته اند و از این حیث می‌توانند در شناسایی آداب و رسوم و زندگی آن مردمان، اطلاعات بسیاری را به ما منتقل کنند. در این‌میان با دو نوع نگاه متفاوت به «تصویرگری» مواجه می‌شویم. دسته اول یک مفهوم انتزاعی فاخر و سمبولیک را ارایه می‌دهند که از ویژگی‌های شهرسازی‌های اولیه بوده است. چنین نمونه‌هایی را می‌توان در خوانش سنگ یادبود لاشخورها [۷] و استاندارد اور [۸] مشاهده‌کرد. دومین دسته مفهومی طبیعت گرا داشته و به ویژگی مستندنگارانه

7 Stele of the Vultures
8 Standard of Ur


بخشی از سنگ یادبود لاشخورها / لاگاش

تصویر توجه دارند: همچون یادمان پیروزی نَرَم سین[۹].

این‌جا سوالی به ذهن می‌رسد: آیا تفاوت واضح میان شیوه های به کارگیری تصاویر در این دو دوره تاریخی مجاور هم مدلول تفاوت‌های اجتماعی وعقیدتی مردمان آن دوران است؟ آیا می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت باورهای مردمیان منجر به تنوع کارکردهای تصاویر و شیوه‌های تولید آن‌ها شده است؟

ابداع و تکامل خط تصویری در مصر، ایده نگاره‌ها در چین وتحولات عظیم اجتماعی-سیاسی در نیمه اول هزاره دوم پیش از میلاد، بیش از هر چیز منجر به تغییرات بنیادین در کارکرد ارتباطات بصری شدند. در این دوران تصاویر برای معنا بخشی و توضیح متن استفاده می‌شدند. هر چند که متن، خود مجموعه ای از تصاویر بود اما رفته رفته نوشتن و نگارش، هریک جایگاهی متمایز در فرهنگ یافتند.

9 The Victory Stele of Naram Sin



بخشی از استانداردِ اور

در حوالـی همیـن دوران، رفتـه رفتـه از تصاویـر بـرای زنـده نـگاه داشـتن سـنت‌ها و آیین‌هـا اسـتفاده شـد. تصاویـر بـه همـراه متـون، مهم‌تریـن ابـزار حفاظـت از خاطـره فرهنگـی تلقـی شـده و نقشـی اساسـی در حفـظ یـا ایجـاد سـاختارهای ذهنـی در جامعـه ایفـا می کردنـد. بـه عنـوان مثـال متنـی بـر کتیبـه ای نگاشـته می‌شـد و تصویـری در کنـار یـا مقابـل آن خلـق می‌شـد. وظیفـه تصویـر در اغلـب ایـن آثـار شـرح واقعـه یـا ترجمـه متـن بـه زبـان تصویـر بـود، بـه نحـوی کـه عـلاوه بـر طبقـه پادشـاهان و نخبـگان کـه می‌توانسـتند از متـون اسـتفاده کننـد، مردمـان عـادی کـه سـواد خوانـدن متـون را نداشـتند نیـز متوجـه موضـوع داسـتان ثبـت شـده بشـوند. بی‌شـک آن‌چـه بـر سـنگ ثبـت می‌شـد بـر ذهـن و بـاور مردمـان آن روزگار نیـز ثبـت می‌شـد : سـنگ‌ها رسـانه‌های آن دوران بودنـد.

روابـط بیـن ملت‌هـا کـه اولیـن سـر نخ‌هـای آن در دوران برنـز میانـی ظهوریافـت بـه تدریـج در ورود بـه هـزاره اول پیـش از میـلاد متـداول شـد.در چارچـوب داد و سـتدهای سیاسـی و اقتصـادی کـه رونـق گرفتـه بودنـد، در بابـل، آشـور، آناتولـی، مصـر و شـام نیـز خلـق تصاویـر بـه افق‌هـای تـازه ای در تاریـخ تحـول خـود می‌رسـید. از آنجایـی کـه ایـن ارتبـاطـات اغلـب جنبـه تجـاری داشـتند، در ایـن دوران زبـان بصـری بـه ویژگـی لوکـس کالاهایـی چـون کاسـه‌های سـیمین و جواهـرات یـا سـنگ‌های قیمتـی بـدل شـد و گـردش ایـن کالاهـا در میـان ملـل بـه گـردش و ترکیـب نقـوش و اشـکال تصویری منجـر



یادمان پیروزی نرم‌سین

شـد. نقش‌مایه‌هـای مختلـف در میـان ملـل مختلـف گشـتند و بـه کارگرفتـه شـدند. از ایـن طریـق بـود کـه سـنت‌های تصویـری در هـم تنیـده و ترکیبـی شـکل گرفـت. زبـان تصویـری بـرای بیـان روایت‌هـای محلـی بـه کار گرفتـه شـد و موتیف‌هـا و نمادهـا در هـر زمینـه بـه شـکلی نسـبی رشـد و ترویـج یافتنـد.

در جریـان دوران تاریـک (۱۲۰۰ تـا ۱۱۰۰ پیـش از میـلاد) بـا کاهـش روندگسـترش تنـوع در نظام‌هـای تصویـری روبـه‌رو هسـتیم. در ایـن دوره تصویرگـران از زبـان بصـری بازمانـده از نیـاکان خـود اسـتفاده، امـا روایـات ویـژه زمـان خـود را بیـان کردنـد. نقـش برجسـته‌های کاخ‌هـای آشـوری نمونه‌هـای خوبـی هسـتند بـر درک ایـن کـه بـه کارگیـری سـاختارمند فرم‌هـای زیباشناسـانه چگونـه در نشـان دادن تاکیـد نظـام حاکـم بـر خشـونت و زور موفـق واقـع شـده اسـت. هنـر در ایـن جـا بـه بیـان طبقـه ای از ارزش‌هـا می‌پردازدکـه اهمیـت بیشـتری نسـبت بـه تجربـه زیباشناسـانه دارنـد. آن‌هـا بـا اسـتفاده از معمـاری آثـار بصـری خـود را در قالبـی جدیـد بـه بیننـده ارایـه می‌دادنـد کـه بایسـتی نقشـی زیبایـی بخـش و دکوراتیـو را بـر عهـده می گرفـت. کاخ‌هـای آشـوری هنـری تمامیـت خـواه را در خـود جـای



تصویر باز سازی شده ای از کاخ‌های آشوری

داده اند، هنری که نمایش شکوه پادشاهان در معیار زیباشناسانه آن از جایگاهی ویژه برخوردار است.

در حوالی ۵۰۰ پیش از میلاد تا دوران اسلامی (۷۰۰ میلادی) گسترش سنت‌های متنوع بصری در خاور نزدیک، تحت نفوذ نظام‌های حکومتی مختلف، قابل بازشناسی است. در این دوران است که ناحیه بین النحرین دیگر خود را نه در مقام تولید و صادرکننده فرهنگ بلکه در مقام گیرنده و پذیرنده فرهنگ فاتحان دید: ایرانیان، ساسانیان، هلنیان و پارتی–رومی‌ها. ظهور فرم‌های ترکیبی شاهدی هستند بر این شکوفایی. این دوره، دوره ای بود که تلفیق‌های گوناگون در سنت تصویری خاور نزدیک شکل گرفت.

با ترویج و همه گیر شدن ادیان، استفاده از تصاویر به عناوین مختلف در کتب و بناهای مذهبی و در صفحه نگاری کتاب‌ها مرسوم شد و تکنیک‌ها و سنت‌های

فوق‌العاده متنوعی در سر تا سر جهان پرورش یافته و مورد استفاده قرار گرفتند.

نگارش، تنها در قالب کتیبه‌ها و یا کاغذها باقی نماند و به تدریج به روی پنجره‌ها، روی پوست انسان‌ها یا حیوانات و به روی دیوارها راه پیدا کرد. تصاویر نیز به موازات زندگی‌نوین آدمیان رشد و توسعه یافته و کارکردهای متنوع‌تری یافتند. گسترش کار کردهای تصویر درطول تاریخ، منجر به تنوع تکنیک ها، ابزار و اسلوب خلق در هنر شد...

تصاویر با تکیه بر مهم‌ترین وسیله ادراک ما از جهان‌هستی (حس بینایی) نقشی‌موثر در ارتبا طمان با اجتماع ایفا می کنند. امروزه دیگر تصاویر در همه جای زندگی ما هستند و به سادگی نمی توانیم نقش آن‌ها را نادیده بگیریم. گرافیتی تنها بخش کوچکی از تصاویری است که ما با آن‌ها سر وکار داریم. با بررسی بیشتر تاریخ جهان و تاریخ هنر اهمیت بی‌نهایت تصاویر بر ما روشن‌می گردد. حال بد نیست به جای بازگویی مجدد آن‌چه در کتاب‌های تاریخ و دیرین‌شناسی هنر به شکلی اختصاصی و کارشناسانه قابل مطالعه است، به سمت موضوع بحث خود متمایل شویم: بازشناسی جایگاه گرافیتی در میان تصاویر موجود در محیط عمومی در دنیای معاصر.


LUCY
Love is
in the air
Lucas
SPECTRUM
NATALIE


BAR


SUBWAY

تقسیم بندی موضوعی تصاویر در محیط عمومی

اولیـــن کارکـــرد تصویـــر را بایـــد کارکـــرد ارتباطـــی آن دانســـت. وقتـــی مـــا تصویـــری را می‌بینیـم، در درجـه اول می‌دانیـم کـه «توسـط کسـی تولیـد شـده اسـت». مـا آن شـخص را نمی‌بینیـم امـا تصویـر بـه مثابـه پیغامـی، از حضـور او خبـر می‌دهـد. در غیـاب فرسـتنده پیـام، ایـن مـا هسـتیم و تصویـر در معـرض دیدمـان: برخـورد انسـان بـا جهـان طبیعـی نیـز بدیـن قـرار اسـت. انسـان در ازای چیزهایـی کـه بـا حـواس خـود از جملـه بینایـی ادراک می‌کنـد، نتیجـه می‌گیـرد کـه موجـودی دیگـر ایـن همـه را خلـق کـرده و حتـی دربـاره هدفمنـد بـودن آن می‌اندیشـد! تصاویـر از نظـر کارکـرد ارتباطـی، یـا بـه گفتـه دیگـر پیامـی کـه قـرار اسـت منتقل‌کننـد، تفاوت‌هایـی دارنـد.

تصاویـــر در محیط‌هـــای عمومـــی از جنبـــه کارکـــردی بـــه چهـــار گـــروه مجـــزا قابـــل طبقه‌بنـدی انـد. هـر یـک از ایـن چهـار گـروه در خـود بخش‌هـای متعـددی را جـای خواهنـد داد کـه گاه شناسـایی مـرزی مشـخص میـان آن‌هـا دشـوار یـا غیرممکـن می‌نمایـد. ایـن زیرگروه‌هـا، خـود بـه یـک یـا چنـد دسـته و هـر یـک بـه چندزمینـه گوناگـون دیگـر قابـل تقسـیم خواهنـد بـود. در نهایـت بـا توجـه بـه شـیوه امـروزی زندگـی مـا، شـاید بایـد همـه ایـن دسـته‌ها را نیـز بـا معیـار «مجـاز» / «غیرمجـاز» مـورد بررسـی قـرار داد.

امـا تقسـیم بنـدی چهـار گانـه تصاویـر از نظـر کارکـرد ارتباطـی کـه بـر عهـده دارنـد بـه قـرار زیر اسـت.

۱ــ اطلاع رسان
۲ــ خرابکارانه
۳ــ سیاسی
٤ــ هنری

حـال بـد نیسـت اندکـی بـه توضیـح ایـن کارکردهـا و نمونه‌هـای آن‌هـا بپردازیـم و بـا این‌کـه گرافیتـی را تقریبـا در هـر چهـار دسـته می‌تـوان دنبـال کـرد، ببینیـم کـدام یـک ویژگی‌هـای کارکـردی آثـار گرافیتـی را بیشـتر پوشـش می‌دهـد.

تصاویر اطلاع رسان

لوگوهـا، پیکتوگرام‌هـا (تصاویـری کـه بـه یـک شـیء، فعالیـت، مـکان یـا رویـداد اشـاره دارنـد.) و ایدوگرام‌هـا (تصاویـری کـه بـه یـک ایـده اشـاره دارنـد.)، راه تصاویـر را بـه دنیـای نوشـتار یـا الفبـا بـاز کردنـد. زبـان نوشـتاری بخشـی از تصاویـر اطلاع‌رسـان تلقـی می‌شـود. خط‌هـای آسـیای شـرقی و مصـر از ایـن نمونه‌هـای ابتدایـی خـط هسـتند و بـا نـگاه کـردن بـه آن‌هـا می‌تـوان جایـگاه تصاویـر را درشـکل گیـری خـط بـه روشـنی دریافـت.



علایم بین راه / تصاویر اطلاع‌رسان

علایم و نشانه‌های بین راه یا تابلوی ساختمان‌ها یا مغازه‌ها، مثال امروزی تصاویر اطلاع رسان هستند. پوسترها یا بیلبوردهای تبلیغاتی نیز به همین گروه تعلق دارند. تصاویر، سالیان سال است که کارکرد تبلیغاتی و اطلاع‌رسان به خود گرفته‌اند: یک سند تبلیغاتی مربوط به حدود ۳ هزار سال پیش از میلاد در تِبِس[1] پیدا شده که در آن برای پیدا کردن یک برده فراری جایزه تعیین شده است.همین‌طور معلوم شده است که ۲ هزار سال پیش از میلاد، مصریان با کنده کاری روی فلزات و نصب آن‌ها در معابر، اطلاعات را به عموم می‌رساندند. در ۷۵۰ پیش از میلاد روسپیان به وسیله تصویر کنده‌کاری‌شده زنی چنگ‌نواز روی دیوارهای سنگی از حضور خود اطلاع داده و مشتریان را به طرف محل کار خود هدایت می‌کردند. اطلاع رسانی به کمک تصاویر در تمامی دوران شهر نشینی ادامه یافت و به شیوه‌های مختلف مورد استفاده قرار گرفت.شیوه‌های خوشنویسی و تزیینات و ده‌ها تخصص هنری دیگر بر مبنای همین نیاز به تصاویر شکل گرفته و تاریخ تصویرنگاری را غنا بخشیدند.

بعد از عبور از نیمه قرن پانزدهم میلادی، زمانی که صنعت چاپ رفته رفته مورد استفاده بیشتر قرار می گرفت، پوسترها و آگهی‌های چاپی ظهور یافتند. در

1 Tébessa

سال **۱۴۷۲** میلادی در لندن برای فروش یک کتاب دعا یک تراکت تبلیغاتی منتشر و پخش شد. در سال **۱۷۰۴** اولین تبلیغات چاپی در آمریکا منتشر شد. بعد از آن در سال **۱۷۷۶** در آغاز انقلاب آمریکا، تبلیغات متنوع سیاسی روی کاغذ منتشر شده و شهروندان را به نام نویسی در احزاب ترغیب می کردند. اولین تراکت‌های تبلیغاتی هم در همین سال چاپ شدند. تبلیغات روی بالن‌ها در سال **۱۸۷۳** آغاز شد و شرکت‌ها می‌توانستند تبلیغ خود را روی بالن‌های تبلیغاتی درج کنند تا همگان با نگاه کردن به آسمان متوجه پیام آن‌ها شوند. در **۱۸۳۵** اولین بیلبورد تبلیغاتی نصب شد. در **۱۸۹۰** کارخانه دوربین سازی کداک[2] اولین شعار تبلیغاتی را به کار برد: شما دکمه را بزنید، بقیه اش با ما.

در **۱۹۰۸** کمپانی‌هایی مثل فورد[3] شروع به استفاده از تبلیغات به شیوه تصویرهای گیرا و چشم ربا کردند. در **۱۹۱۷** تاثیرگذاری تبلیغات به حدی مورد توجه قرار گرفت که منجر به تاسیس اتحادیه شرکت‌های تبلیغاتی آمریکا، متشکل از **۱۱۱** شرکت و موسسه شد. از این گذشته، تبلیغات و پوسترها نقش بزرگی در ماشین پروپاگاندای جنگ جهانی دوم داشتند.در سال **۱۹۴۱** اولین تبلیغات تلویزیونی پخش شد و امروزه دیگر تبلیغات چیزی نیست که انسانی در هیچ کجای زمین دست کم یک بار برخورد با آن را تجربه نکرده باشد.

تصاویر اطلاع رسان در همه ابعاد زندگی ما حضور داشته و نشانه‌های گوناگون را با خود حمل می کنند. تمامی آن‌ها، اطلاعاتی را از طریق حس بینایی به ما منتقل می کنند: جاده باریک خواهدشد یا در نزدیکی این‌جا سرویس دستشویی عمومی وجود دارد.

این تصاویر معمولا یا به طور مستقیم پیغام و اطلاعاتی را به ذهن می‌فرستند و یا ایجاد تاثیراتی غیر مستقیم بر بیننده را دنبال می کنند. با وجود این که روزانه

2 Kodak
3 Ford



نمونه تبلیغات چاپی مربوط به شرکت فورد

بـا تعـداد قابـل توجهـی ازایـن تصاویـر مواجـه هسـتیم، کمتـر پیـش می‌آیـد کـه بـر ایـن ویژگـی آن‌هـا تامـل کنیـم و ببینیـم چطـور این گونـه تصاویـر روی پنـدار، احسـاس و اعمـال مـا تاثیـر گـذار هسـتند.

تصاویر مزاحم

وندالیسـم بـه معنـای تخریـب کنتـرل نشـده اشـیاء یـا امـوال عمومـی بـوده ویـک ناهنجـاری اجتماعـی بـه حسـاب می‌آیـد. دلایـل متعـددی بـرای ظهـور ایـن پدیـده اجتماعـی عنـوان شده‌اسـت. وندالیسـم را در زمـره انحرافـات و بزهکاری‌هـای جوامـع جدیـد دسته بنـدی کـرده و آن را عکـس العملـی خصمانـه و واکنشـی کینـه توزانـه نسـبت بـه برخـی از فشـارها، تحمیـلات، ناملایمـات، اجحاف‌هـا یـا شکسـت‌های فـردی یـا اجتماعـی می‌داننـد.

کسـی را کـه دسـت بـه اعمالـی از جملـه تخریـب امـوال عمومـی، فضـای سـبز،

جاده‌ها، دیوارها و... بزند در اصطلاح جامعه شناسان وندال می گویند و گرایش به این گونه تخریب‌ها وندالیسم نامیده می‌شود.

از طرفی گستره امور خرابکارانه می‌تواند متفاوت باشد و هر عملی نسبت به عرف جامعه و ارزش‌های مورد نظر نظام‌حاکم است که به عنوان امرخرابکارانه یا غیرآن تلقی می‌شود. مثلا در جریان بسیاری از انقلابات، شعارهای اعتراضی در ابتدا به عنوان خرابکاری مورد توجه واقع شده‌اند، در حالی که بعد از به ثمر رسیدن اعتراضات همان شعار نویسان به عنوان قهرمانان مطرح گشته و عمل خرابکارانه آنان به عملی ارزشی مبدل شده است.

تلاش گوستاو کوربه[۴] (۱۸۷۱) در کومون پاریس برای به زیر افکندن ستون وندوم[۵] را شایدبتوان از اولین نمونه‌های تمایل به بیان گرایی از طریق وندالیسم دانست. با توجه به نمونه‌هایی مثل نمونه گوستاو کوربه درمی‌یابیم که وندالیسم تنها از طرف افراد بی سواد یا بی فرهنگ، گروه‌های خشونت‌طلب یا جوانان بزهکار و امثالهم صورت نمی گیرد. از این دست وندالیسم که با هدف اعتراض یا بیان صورت می گیرند نمونه‌های بی‌شماری در دسترس است. نمونه‌ای دیگر در سال **۱۹۹۷** میلادی در موزه ای در آمستردام رخ داد، وقتی هنرمندی به نام الکساندر برنر[۶] یک علامت دلار بزرگ را با اسپری رنگ سبز روی اثر نقاشی از کازمیر مالویچ[۷] کشید. کار او به روشنی وندالیسم به شمار می‌رود اما قصد برنر از این کار، بیان اعتراض بود یعنی وندالیسم بیانگرا: مَنِشی انتقادی که وندالیسم را تا مرز بیان گرایی پیش برده و گاه موفق می‌شود که این پدیده تصویری یا کنش اجتماعی را از حوزه خرابکاری به حوزه اکسپرسیون یا بیان گرایی هنری هدایت کند.

4 Gustave Courbet
5 Colonne Vendôme
6 Alexander Brener
7 Kazimir Malevich


ÉGALITÉ
JE SUIS CHARLIE
DIEU

تصاویر اطلاع رسان منتشر شده از طرف گروه‌های کوچک، مستقل وغیر رسمی یا ممنوعه گاه به عنوان خرابکاری مورد بررسی قرار می‌گیرند. مثل تراکت‌های تبلیغاتی شرکت‌های کوچک یا برچسب‌های تبلیغات گروه‌های مستقل موسیقی.

شاید یکی از متاخرترین نمونه‌های وندالیسم را بتوان در عمل تخریب آثار به جا مانده از هزاران سال تمدن بین النهرین، توسط گروه خلافت اسلامی در عراق مشاهده کرد. مصداقی دقیق اما خشن از وندالیسم و بهترین مثال برای نشان دادن رویه حاد وندالیسم سازمان‌یافته؛ نوعی که اتفاقا در تاریخ بارها تکرار شده است. وندالیسم در حقیقت بی اعتنایی به ارزش‌ها و اموال عمومی یا فردیِ دیگران است.

خرابکاری تصویری به وفور در زمینه‌های متعدد به چشم می‌خورد. از نابود کردن یا تغییر دادن نگاره‌ها و آثار به‌جای‌مانده از تمدن‌ها بعد از چیرگی قومی بر قومی دیگر گرفته تا کشیدن اشکال یا یادگاری‌نویسی روی بدنه تلفن‌عمومی و درِ منازل و یا روی بدنه مجسمه‌ها و یادبودهای شهری، همه از نمونه‌های روزمره وندالیسم تصویری هستند.

با همه این اوصاف وندالیسم به طور عمومی به همان یادگاری نویسی‌ها یا به علامت گذاری گنگ‌ها و دار ودسته‌های شهری یا هواداران تیم‌های ورزشی و گروه‌های موسیقی اطلاق می‌شود: همان قلب‌های تیرخورده کنده‌کاری شده روی درختان یا نیمکت پارک‌ها و مدارس.

همان‌طور که اشاره شد، نقش نظام ارزشی غالب در هر جامعه و دوران تاریخی را در بازشناسی مرزها و تعاریف وندالیسم نباید نادیده گرفت. برای‌مثال در دنیای حاضر این پاسخ ناگفته باقی‌مانده است که شرکت‌های تبلیغاتی، چطور با پرداخت مبلغی قادرند کار خود را از زمینه وندالیسم به زمینه اطلاع‌رسانی منتقل کرده و

مقبول جامعه جلوه داده شوند؟!

تصاویر پروپاگاندا

از آنجا که تصاویر می‌توانند حامل پیام بوده و آن را به شکلی موثر به بیننده ارایه‌دهند، جایگاه مهمی در انقلابات و تحولات اجتماعی داشته‌اند. از آرم‌ها و پرچم‌ها گرفته تا پوسترها و هنرمعترض و نقاشی‌های دیواری و شعارنویسی‌ها. این‌ها همیشه در ابتدا به صورت وندالیسم اعتراضی به چشم می‌آیند، اما زمانی که به تعداد انبوه‌تر بازتولید می‌شوند، می‌توانند منجر به خلق تحولاتی شگرف در جامعه بشوند. آن‌چه در خیابان‌ها تکرار می‌شود به صدای توده‌ها بدل شده و از این طریق نقشی آشکار در متحدسازی افکار عمومی ایفا می‌کند: دیوارها رسانه‌های زندگی شهری اند؟!

از طرفی به‌کارگیری تصاویر از طرف حکومت‌ها نیز می‌تواند در نهادینه سازی ارزش‌های مورد نظر دولت نقشی کلیدی ایفا کند. نمونه‌هایی تاریخی از این کارکرد تصویر در بخش قبلی مورد اشاره قرار گرفت. باورپذیر کردن ایده‌ها، پروپاگاندا و نشر افکار سیاسی، اجتماعی و ایدیولوژیک از طریق تصاویر معمولا در دوره‌های خاص از طرف دولت یا گروه‌های خاص پیگیری می‌شوند. بدین‌ترتیب که واقعیات به صورت گزینشی بیان و بازنمایی می‌شوند تا از سوی مخاطب، واکنش و رفتاری احساسی و نه لزوما آگاهانه سربزند. نتیجه این امر، تغییر گرایش به سوی هدفی دلخواه است که برای مخاطب طراحی شده و به منظور پیشبرد یک برنامه سیاسی درنظرگرفته شده است. این‌ها مدل‌های گسترش یافته گلدان رخامی وارکا بوده، سعی دارند با کمک تصویرکردن، نظم یا باوری را ثبت کرده و ترویج دهند.

افزون براین، پروپاگاندا می‌تواند در شکل یک نبرد و جنگ افروزی سیاسی نیز بروز یابد. انقلاب مکزیک یا انقلاب ایران در سال **۱۹۷۹** نمونه‌های انقلاباتی هستند



تصویر در نقش پروپاگاندا / تهران

که پروپاگاندا و نشر تصویر به وضوح در آن‌ها تجربه شده است. پروپاگاندای سیاسی در قرن اخیر به کمال در انقلاب شوروی مشهود بود. با پیروزی انقلاب شوروی رفته رفته تمام سردیس ها و نگاره‌های دوران تزاری نابود و جای خود را به تندیس ها و سردیس هایی نظام جدید حاکم دادند.

در مکزیک بین سال‌های **۱۹۲۰** تا **۱۹۷۰** جنبشی اوج گرفت که به جنبش نقاشان دیواری مکزیک[۸] شهرت یافت. نقاشی های دیواری مکزیک که به سفارش وزارت فرهنگ این کشور در سالهای اولیه پیروزی انقلاب سوسیالیستی آمریکای لاتین به اجرا در آمد، همه حاوی مضامین انتقادیِ اجتماعی و سیاسی بودند. دولت سعی داشت تا از طریق برجسته‌سازی آثار هنرمندانِ مورد تایید خود، پیامی را در باره ملیت، تاریخ و اتحاد مردم مکزیک به نمایش در آورده و از این طریق عقیده خود را به عنوان نگاه غالب، در باور عموم نهادینه سازد. تاثیرات ژرف این جنبش تصویری حتی سال‌ها

8 Mexican muralism

بعـد در میـان جامعـه مکزیکی‌هـای سـاکن ایالات‌متحـده بـه چشـم می‌خـورد: هنـر چیکانـو[۹].

تصاویر هنری

گفتـه شـد کـه تصاویـر در واقـع وسـیله ارتبـاط اجتماعـی هسـتند و ایـن اولیـن و مهم‌تریـن کارکـردی اسـت کـه تصویـر بـه عنـوان پدیـده ای درحیـات آدمـی بـه خـود پذیرفتـه. اگـر ایـن ارتبـاط اجتماعـی بـه سـمت و سـوی خلـق زیبایـی یـا حتـی بیـان گرایـی شـخصی یـا تجربـه زیبـا شناسـانه هنـری یـا مکاشـفه هنرمندانـه سـوق یابـد کارکـردی دیگـر پیـدا خواهـد کـرد. بـرای مشـخص کـردن تمایـز مـورد نظـر بایـد در این‌جـا بـا نوعـی انتزاعـی تـر از ارتبـاط اجتماعـی رو بـرو شـویم، یعنـی هنـر در معنـای ارتباط تجسـمی. علت این‌کـه نـام ایـن گـروه آخـر را تصاویـر هنـری نامیدیـم آن نیسـت کـه همـه ایـن آثـار بایـد آثـاری هنـری قلمـداد شـوند. اشـاره مـا بـه معنـای عـام هنـر در جامعـه اسـت یعنـی همـه آن چیزهایـی کـه می‌تواننـد تزیینـی یـا دکوراتیـو باشـند و همـه آن چیزهایـی کـه می‌تواننـد پیچیـده، بیانگـرا و فلسـفی باشـند. قضـاوت در بـاره هنـر یـا غیـر هنـر بـودن یـک اثـر یـا تصویـر« زیبـا » اندکـی پیچیـده تـر از آن اسـت کـه بتـوان هـر تصویـر خلـق شـده تزیینـی یـا زیبایـی را لزومـا اثـری هنـری دانسـت. در این‌جـا قصـد نداریـم بـه تعاریـف زیبایـی شناسـی و یـا فلسـفی هنـر بپردازیـم. هـدف مـا توجـه بـه کارکـرد تصویـر در محیـط شـهری اسـت. مقصـود مـا در ایـن نام‌گـذاری اشـاره بـه ویژگـی «ارتبـاط اجتماعـی» در هنـر اسـت.

بـی شـک موافـق هسـتید کـه کشـیدن نقاشـی و نشـان دادن آن بـه دیگـران یـا نواختـن موسـیقی بـرای دیگـران ارتبـاط اجتماعـی محسـوب می‌شـود. تمامـی هنرهـای تصویـری را می‌تـوان از ایـن دیـدگاه نیـز مـورد مطالعـه قـرار داد. دراین‌جـا مـا بـا بیانی‌شـخصی مواجه‌هسـتیم کـه از تصویـر بهـره می گیـرد: هنـر یـک زبـان اسـت. یـک وسـیله بیـان.

نقاشـی دیواری‌هایـی کـه از طـرف شـهرداری‌ها ارایـه می‌شـوند، اگـر بـه دسـته پیشـین

9 Chicano art movement

یعنـی پروپاگانداهـا متعلـق نباشـند، در دسـته تصاویـر هنـری جـای می گیرنـد. تصاویـری کـه طراحـی و اجـرا می‌شـوند تـا چهـره ای رنگیـن بـه شـهر بدهنـد، موجـب انبسـاط خاطـر شـهروندان شـده یـا آن‌هـا را بـرای مدتـی بـه آرامـش یـا فکرکـردن دعـوت کننـد. مجسـمه‌های میادیـن نیـز می‌تواننـد بـه همیـن شـیوه و بـه عنـوان مثالـی ملمـوس تـر مـورد توجـه قـرار گیرنـد. ایـن هنـر لزومـا بیانگـر میـل و نـگاه تمامـی جامعـه و وسـیله بیـان اقشـار جامعـه نیسـت امـا معمـولا همـگان اذعـان دارنـد (یـا ناچارنـد اذعـان داشـته باشـند) کـه ایـن آثـار بـه شـهرها زیبایـی می‌بخشـند و مُجازنـد.

بـه جـز نقاشـان دیـواری رسـمی، کسـانی دیگـر نیـز ممکـن اسـت بی‌آن‌کـه در پـی دریافـت مجـوز یـا دسـتمزدی باشـند، طرحـی زیبـا یـا بیان‌گـر بـر دیـوار نقش کننـد. نشـانی، چهـره ای ، داسـتانی یـا شـاید نوشـته ای رنگیـن وپرجنبـش. ایـن آثـار را گرافیتـی نامیـده و کسـی ناچـار نیسـت تحملشـان کنـد. شـهرداری هـا معمـولا آن هـا را پـاک می کننـد چـرا کـه غیرمجـاز یـا مزاحـم تلقـی می‌شـوند.گرافیتی‌ها در همـه حـال کارکـردی بیان‌گـرا دارنـد امـا انگیـزه هـای بیانـی آن‌هـا بسـیار متنـوع اسـت. آن‌هـا را گاه بـه صـورت تصویـری رنگیـن بـر دیـواری می‌بینیـم و گاه بـه صـورت نوشـته ای بدخـط بـر دیـوار یـک توالـت عمومـی.


TENER
TENER
"HUMIA"
TOY



استاد نداری نمره بده
مجید نکوصفت
۸۶/۲/۱۳
عاقلا هر دو جهان را به خیاری بفروش
قبله آن جاست که
کاهو و
خیاری
باشد
کی تموم می شه ؟
فردا
تموم شده
داریوش

گرافیتی چیست؟

لغت گرافیتی از واژه «گرافیتو[۱]» در ایتالیایی مشتق شده است که معنی آن «خراشیدن سطوح» است: نوشتن به روش خراشیدن سطح. به علاوه این واژه نام تکنیکی در نقاشی دیواری به نام اسگرافیتو است. اما در انگلیسی به گونه‌های مختلف نقاشی در معابر عمومی که اغلب غیر قانونی هستند اطلاق می‌شود.

آن‌چه امروز به نام گرافیتی از آن صحبت می‌کنیم کمتر حک می‌شود بلکه با رنگ‌هایی مثل رنگ پلاستیک، اسپری، مداد، گچ یا هر چیز دیگر روی سطوح نوشته یا ترسیم می‌شود. اگرچه نمی‌توان این امر را نادیده گرفت که بیشتر اشکال گرافیتی به خصوص به علت غیرمجاز بودنشان ویژگی‌های مشترکی با وندالیسم

1 Graffito

دارنـد، امـا نبایـد بـه همیـن سـادگی ویژگی‌هـای مشـترک بی‌شـمار ایـن پدیـده بـا «هنـر» را نیـز فراموش کـرد. از ایـن رو حتـی اگـر گرافیتـی را کامـلا هنـر ندانیـم، می‌تـوان آن را وندالیسـم‌هنری یـا جرم‌هنـری نامیـد.

امـروزه در تبلیغـات بـه طـور وسـیعی ا ز زیبایی‌شناسـی تصویـری گرافیتـی و فرهنـگ خیابانـی بهره‌گرفته‌می‌شـود. نمونه‌هـای متعـدد ایـن واقعیـت در صنعـت پوشـاک، صنعـت موسـیقی، بازی‌هـای کامپیوتـری و سـینما بـه وضـوح قابـل مشـاهده اسـت. در دنیای‌هنـر نیـز گرافیتـی دیگـر بـه امـری قابل‌قبـول و رسـمی تبدیـل شـده اسـت. بـا ایـن حـال در اغلـب کشـورهای دنیـا کشـیدن هـر نـوع نقـش و نـگار یـا نوشـته‌ای بـر سـطوح عمومـی، بـدون داشـتن مجـوز یـا اجـازه از صاحـب ملـک یـا ارگان‌هـای دولتـی، غیـر قانونـی بـوده و بـرای آن بـه عنـوان یـک جـرم، قوانیـن و احـکام جزایـی گوناگونـی در نظـر گرفتـه شـده اسـت. در دنیـای گرافیتـی برخـی خـود را هنرمنـد می‌خواننـد و بعضـی دیگـر خودشـان را دیوارنویـس دانسـته و اصـرار دارنـد کـه لقـب «هنرمنـد» بـه آن‌هـا اطـلاق نشـود. بـه راسـتی همـه کسـانی کـه بـه نوعـی از خـود گرافیتـی بـه جـا می گذارنـد لزومـا هنرمنـد نیسـتند یـا اثـری هنـری را خلـق نمی کننـد؛ گرافیتی‌هـا توسـط افـراد مختلفـی کشـیده می‌شـوند و عمومـا کسـی نمی‌توانـد گرافیتـی را بـه قشـر یـا طبقه‌اجتماعـی خاصـی متعلـق بدانـد. بحث‌مـا هـم در اثبـات هنـر یـا غیرهنـر بـودنِ گرافیتـی نیسـت امـا بایـد توجه‌داشـت کـه قضاوت‌مـا در ایـن زمینـه در هـر حـال بـه سـطح دانـش و نگرش‌مـان نسـبت بـه چیسـتی‌هنر وابسـته خواهـد بـود.

از آنجایـی کـه عوامـل فـردی- اجتماعـی بسـیاری در گرافیتـی دخیـل هسـتند، ارایـه تقسـیم بنـدی روشـن و فراگیـر در ایـن بـاره دشـوار بـه نظـر می‌رسـد. بـه همیـن شـکل اصطلاحـات بـه کار گرفتـه شـده در مطالعـات مربـوط بـه گرافیتـی و کتاب‌هـا و تحقیقـات دانشـگاهی مربـوط بـه آن بـه حـد کافـی دقیـق‌و تعریف‌شـده نیسـتند. مثـلا اغلـب بـه همـه دیوارنوشـته‌ها یـا دیوارنگاره‌هـای بـدون مجـوز یـا سفارش‌داده‌نشـده، صرف‌نظـر از انگیـزه عامـلان آن، گرافیتـی گفتـه می‌شـود. ایـن بـدان معنـی اسـت کـه از

نوشته‌ها و تصاویر موجود در توالت‌های عمومی گرفته تا نقاشی‌های نقاشانی چون کیت‌هارینگ[2] و از طرفی نقاشی‌های غار لاسکو با یک واژه یاد کنیم و انجام دهندگان آن‌ها را به یک چشم نظاره کنیم! پس بی جا نیست اگر پژوهشگران برای بیان برخی از انواع گرافیتی از واژگانی متفاوت استفاده کنند. برای مثال اطلاق واژه تگ[3] به امضاهای روی درودیوارها، یکی از این تلاش‌ها است. البته «تگ» نامی است که خود گرافیتی‌نویس‌ها، از ابتدا بر روی این کار خود نهاده‌اند و از همین طریق به واژگان مطالعات گرافیتی راه یافته. مثالی دیگر کاری است که داندس[4]، توده شناس آمریکایی، انجام داده است. او در سال **۱۹۶۶** در بر خورد با همین مشکل، پیشنهاد کرد که برای ارجاع به آن دسته از امضاها و نقوشی که در دستشویی‌های عمومی به جا گذاشته می‌شوند، از واژه لاترینالیا[5] استفاده شود. این پیشنهاد از طرف اغلب محققین و نویسندگان این حوزه مورد استقبال قرار گرفت. پیش از داندس به همه آن‌ها «گرافیتی» گفته می‌شد و گاه آن‌ها را به عنوان «شعرهای مستراح» می‌شناختند، در صورتی که به گفته داندس، همه این نوشته‌ها شعر نیستند. حال بد نیست نگاهی به تنوع گونه‌های گرافیتی انداخته و ببینیم کدام دسته از تصاویرغیر قانونی که ممکن است به طور روزمره با آن‌ها مواجه شویم، می‌توانند در جایگاه گرافیتی مورد مطالعه قرار بگیرند.

لاترینالیا

در همه‌جای جهان اغلب بر دیوار یا پشت درِ دستشویی‌های عمومی، نوشته‌ها و طرح‌هایی دیده می‌شوند که توسط آدم‌های مختلف نوشته یا کنده شده اند. این اثرگذاری‌ها گاه جنبه هنری دارند، مثلا بخشی از شعری یا نوشته ای یا خاطره ای جالب یا طرح ونشانی آشنا هستند و گاه خیلی شخصی یا مضحک و حتی وقیحانه اند. در هر صورت همه این آثار به دنیای گرافیتی تعلق دارند، اما برای تشخیص و تمایز آن‌ها از آن‌چه امروزه گرافیتی نامیده می‌شود واژه لاترینالیا برای آن‌ها قابل استفاده تر است.

2 Keith Haring
3 Tag
4 Alan Dundes
5 Latrinalia



گرافیتی و کارکترها / اسلایس و دیم / ملبورن / آرشیو عکس کلاه استودیو

لاترینالیا تنوع بسیاری دارد و از گذشته مورد علاقه بسیاری از محققین علوم انسانی بوده است. لاترینالیا گاه طرح یا نقاشی کوچکی است و گاه نوشته ای یا شماره تلفنی و یا حتی قطعه شعری از شاعری شهیر و یا خود نویسنده آن. مطالعه لاترینالیا می‌تواند اطلاعات تحقیقاتی فراوانی در باره واقعیات، مشکلات و گرایشات موجود در جوامع فراهم آورد، چرا که توالت‌های‌عمومی تنها اماکنی هستند که شهروندان در آنجا، خود را آزاد و بدون قیدوبند جمعی دیده و امکان‌دارد هوس بیان‌احساس یا فکری یا حتی طرح‌سوالی را در سر بپرورانند.

گرافیتی

این بیشتر همان نوعی است که امروزه واژه گرافیتی به طور خاص به آن اطلاق می‌شود. یعنی گرافیتی‌هایی که روی دیوارها، بدنه داخلی و خارجی قطارها یا بدنه ماشین‌ها و سطوح شهری نقش می‌شوند. کارکرد اصلی آن‌ها به جا گذاشتن یادگار یا اثری از حضور انجام دهندگان آن‌ها است. این نوع گرافیتی معمولا در محیط‌های

پـر رفـت و آمـد شـهری یـا محله‌هـا کشـیده یـا نوشـته می‌شـود و می‌توانـد بـا تکنیک‌هـای مختلـف اجـرا شـده یـا از مضامیـن گوناگونـی بـر خـوردار باشـد.

بایـد در نظـر داشـت کـه هـر گرافیتـی می‌توانـد بـا توجـه بـه خصوصیاتـش بـه چنـد دسـته مختلـف تعلـق داشـته باشـد و بـی شـک محدودیتـی در ایـن بـاره وجـود نـدارد.

امضاها

تـگ خـود بخشـی از دسـته بـالا (گرافیتـی) اسـت، امـا نـه بـا همـه ویژگی‌هـای آن. تگ‌هـا از وجـود افـرادی خبـر می‌دهنـد کـه نشـان یـا امضـای خاص خـود را در هرجـای ممکـن نقـش می‌کننـد. هـر تـگ طرحـی ویژه‌وابداعـی از شـخصی اسـت. دسـت خطـی اسـت کـه در محیـط عمومـی بـه جـا گذاشـته شـده. تـگ معمـولا قصـد بیـان موضوعـی را نـدارد و یـا مثـل لاترینالیـا شـاعرانه نیسـت، بلکـه بـه منزلـه یـک امضـا، کـه می‌توانـد از شـخصیت صاحب خـود اطلاعاتـی را بـه مـا بدهـد، عمـل می‌کنـد. از آنجـا کـه تگ‌هـا معمـولا عبـارات و نام‌هـا هسـتند، از نقطـه نظـر خطاطـی در هنـر و زبان‌شناسـی یـا نشانه‌شناسـی‌قابل مطالعـه هسـتند. امـا معمـولا هیـچ یـک از ایـن مقـولات نـام بـرده شـده در نظـر امضـا زن[٦]هـا مـورد توجـه نیسـت. تَگرهـا خـارج از دنیـای تجزیـه و تحلیل‌هـا، دنیـای مخصـوص بـه خودشـان را دارنـد. آنـان، در آگاهانـه تریـن حالـت، بـه جنبـه زیبایـی شناسـانه امضایشـان و یـا مکانـی کـه در آن امضـا می‌کننـد توجـه دارنـد.

بایـد خاطـر نشـان کـرد کـه امضاهـا در شـکل گسـترش یافتـه خـود، رقابـت سـبک‌ها را رقـم می‌زننـد کـه از گسـترده تریـن زمینه‌هـای فرهنـگ گرافیتـی و حتـی فرهنـگ تصویـری شـهرهای امروزاسـت. دربـاره تگ‌هـا و پیشـرفت و گسـترش آن‌هـا تـا رسـیدن بـه اسـتایل (سـبک) در بخش‌هـای آینـده صحبـت بیشـتری خواهدشـد.

6 Tagger

تاریخی

هرچند پرداختن به این موضوع از دایره موضوع این کتاب خارج است، اما از نظر کلی، بحث در باره این زمینه از دیوارنگاری و شناخت تاریخ و نمونه‌های تاریخی آن، مثلا دیوارنگاری‌های پامپی و... با مشکلات مختلفی روبرو است. مهم‌ترین این مشکلات، عدم وجود منابعی کامل و قابل استناد درخصوص خالقین آن‌ها و امکانات و انگیزه‌های کار آنان است.

مجموعه اسناد قابل‌توجهی در منطقه جغرافیایی خودمان، یعنی خاورمیانه، مربوط به قرن دهم میلادی به جای مانده‌است، تحت عنوان ادب‌الغربا یا ادبیات غریبه‌ها. این کتاب که توسط «ابولفرج اصفهانی» گردآوری شده است سعی داشته نوشته‌های روی در و دیوار را، که اغلب بیت شعری یا غزلی بوده اند در وصف تنهایی، غم‌دوری از وطن و عموما با حال و هوای نوستالوژیک نگاشته شده اند، جمع‌آوری و ارایه کند. دقت در نمونه‌های موجود در این کتاب، نشان می‌دهد که چگونه برخی از این نوشته‌ها توسط افراد دیگر دست‌کاری شده یا پاسخ‌شان در کنار آن‌ها یا روبروی آن‌ها توسط شخصی‌دیگر و در زمانی‌دیگر نوشته شده است. این کتاب به زیبایی نموداری است از این‌که گرافیتی‌ها چگونه می‌توانند نه تنها وسیله ای برای درد و دل آدمی بلکه برای ایجاد «گفتگو» در زمینه‌ای باشند. گرافیتی حاصل نیاز انسان به ارتباط و در نهایت، هویت بخشی به خود است—البته اگر قبول داشته باشیم که هویت فردی، امری وابسته به اجتماع و نحوه ارتباط اجتماعی است.

طنز آمیز

مجزا کردن این بخش از بسیاری از انواع دیگر گرافیتی کار ساده ای نیست و شاید حتی کمی غیر عاقلانه به نظر آید. چرا که در اغلب آثار گرافیتی و هنر خیابانی،



گرافیتی طنز آمیز / پوستر چسبانی اثر اف.آر.زد. ۲۰۰۸ / تهران / آرشیو عکس کلاه استودیو

رگه‌هایی از طنز یا هجو وجود دارد. بک[۷] در **۱۹۸۲** و واراکومسکی[۸] در **۱۹۹۱** برای تشریح این زمینه گرافیتی به بررسی انگیزه‌ها و برداشت‌های زبانی در گرافیتی طنزآمیز پرداخته اند و نشان‌داده‌اند که چگونه عنصر ناشناس‌ماندن در گرافیتی، توانسته القا کننده احساس‌رهایی به افراد شود تا آن‌ها شوخی‌هایی را که به راحتی نمی‌توانند در جامعه ابراز کنند، در قالب گرافیتی بیان‌کنند. نمونه‌های گرافیتی طنز آمیز حتی در پامپی هم دیده می‌شوند. ناشناس ماندن، مثل آن‌چه در مورد لاترینالیا به آن اشاره شد، فرصت بهتری به فرد می‌دهد تا خود را آزاد قلمداد کند، زیرا می‌داند که در صورت ناشناس ماندن دچار مواجهه با عواقب تنبیهی عملش نخواهد شد و مورد قضاوت قرار نخواهد گرفت. در گرافیتی و هنر خیابانی شوخی با باورها و مفاهیم یا به چالش کشیدن سنت‌ها و تعصبات معمولا به وفور به چشم می‌خورد.

7 Beck, James P.
8 Warakomski, J.

مکالمه ای

ایــن نــوع گرافیتــی همان‌طــور کــه از نامــش پیداســت منتظــر پاســخ اســت. ماننــد ســوالی اســت کــه روی دیــوار نقــش می‌بنــدد و آفریننــده آن منتظــر پاســخ از طــرف دیگــران است.بســیاری از گرافیتی‌هــای دستشــویی‌های عمومی(لاترینالیــا) از ایــن دســته انــد. ایــن نــوع گرافیتی‌هــا درمــدارس، دانشــکده‌ها و کتابخانه‌هــا نیــز بــه چشــم می‌خورنــد. بــرای مثــال در تحقیقــی دانشــگاهی قیــد شــده اســت کــه بــرای یــک پرســش، گاه تــا **۳۶** پاســخ نیــز نوشــته شــده اســت. نویســندگان مختلفــی نیــز همیــن موضــوع را بــه محــور رمان‌هــا یــا داســتان‌های کوتــاه خــود بــدل کــرده انــد، بــرای مثــال داســتان «گرافیتــی در توالــت» نوشــته اکا کورنیــاوان[9]، نویســنده جــوان و البتــه مشــهور کشــور اندونــزی، بــه تمامــی حــول نوشــته‌هایی روی دیــوار یــک توالــت عمومــی دور می‌زنــد و مکالماتــی جــذاب و اجتماعــی را در بــر دارد.

بیان‌گـرا

آثــار بیان گــرا، قصــد بیــان خبــر یــا القــای مفهومــی مشــخص را بــه بیننــدگان خــود دارنــد. گرافیتی‌هــای هنــری، گرافیتی‌هــای هواپیمــا و هنــرِ دماغــه، نشــانه گذاری و بســیاری دیگــر از انــواع گرافیتــی، کمابیــش بــه همیــن دســته تعلــق دارند.گرافیتی‌هــای سیاســی و اعتقــادی و یــا گرافیتی‌هــا و نقاشــی دیواری‌هــای قومیتــی نیــز از همیــن دســته‌اند. آن‌هــا ســعی دارنــد بــه شــکلی یــک طرفــه، مفهومــی را انتقــال دهنــد. البتــه افــراد دیگــر جامعــه در صــورت تمایــل می‌تواننــد بــا پــاک کــردن یــا تغییــر دادن آن‌هــا بــه نوعــی آن‌هــا را نفــی کــرده یــا بــه چالــش بگیرنــد. گرافیتی‌هــای بیان گــرا نبایــد بــا پروپاگانــدا اشتباه گرفته‌شــوند. ایــن نــوع از گرافیتی‌هــا، نــه بــه بیــان و تبلیــغ شــعارهای حزبــی و سیاســی بلکــه بــه بیــان ایده‌های‌شــخصی، جمعــی یــا اعتــراض هنرمندانــه می‌پردازنــد.

9 Eka Kurniawan



بیان‌گرایی / ناشناس / تهران / آرشیو عکس کلاه استودیو

محله‌ای - گنگ

این نوع گرافیتی روی صخره‌ها، تنه درختان در جنگل‌ها یا روی سطوح مختلف شهری نقش می‌شود. به استناد یافته‌های جک لیندسی[10] ۱۹۶۰ در کتاب «نوشته‌های روی دیوار»، حتی در پامپی نیز از این دسته گرافیتی‌ها به چشم می‌خورده است. رید[11] در سال ۱۹۷۷ مجموعه ای غنی از این گونه گرافیتی‌ها و نشان‌های گنگستری را از زمان سفرش به آمریکا در ۱۹۲۸ منتشر کرده است.

برخی این پدیده را از دایره بررسی به عنوان گرافیتی خارج می‌دانند. اما از آنجا که ارتباطی هر چند ناچیز میان گرافیتی و گنگ‌ها وجود دارد، نمی‌توانیم در بررسی انواع موجود گرافیتی از آن‌ها نامی نبریم.

---

10 Jack Lindsay
11 Allen Walker Read



گرافیتی گنگ‌ها / کریپ خیابان بیست و چهارم / آمریکا / آرشیو عکس جیسن تالیوس

گنگ‌ها در واقع گروه‌های تبهکار شهری‌اند که به طور معمول از قوانین درون گروهی و اعضا (ودر اغلب موارد رده بندی گروهی) برخوردارند. این گروه‌ها معمولا قدرتی در حد کنترل یک خیابان یا یک محله را دارند اما کم هم نیستند گنگ‌هایی که قدرت قابل توجهی در مجموعه ای از شهرها یا خطوط تجاریِ قانونی و غیر قانونی داشته، از این طریق تهدیدی جدی برای امنیت عمومی تلقی می‌شوند.

گرافیتی برای گنگ‌ها وسیله ای مناسب برای خبر رسانی، تعیین قلمرو، تهدید و تعیین‌مکان است. مثلا وقتی نام کسی را برعکس می‌نویسند یا روی نام کسی خط می‌کشند به معنای تهدید به مرگ یا مخالفت کامل با او بوده و می‌تواند عواقب عملی خطرناکی را به دنبال داشته باشد. ریشه استفاده از «فلش» در گرافیتی، اتفاقا از همین نشانه‌های ابراز قدرت گنگ‌ها ریشه گرفته است. گنک‌ها با استفاده از فلش(پیکان) محدوده خود را تعیین می‌کنند. آن‌ها با نوشتن نام‌شان و کشیدن فلش در اطراف آن مشخص می‌کنند که مثلا این‌جا و آنجا متعلق به ماست. برای مثال روی یک دیوار نام گنگ را نوشته و سمت راست آن فلشی می‌کشند. این نشان

می‌دهد که از این جا به سمت راست متعلق به اعضای گنگ است. گاه این گنگ‌ها اسم بعضی اعضای دستگیر شده‌شان را به نشانه یادبود آن‌ها، روی دیوار می‌نویسند. موضوعی دیگر که گاه باعث درگیری‌های خونین بین گنگ‌ها می‌شود، خط زدن یا پاک کردن گرافیتی گنگ دیگر است. گنگ‌ها در اغلب موارد از گرافیتی به عنوان تعیین قلمرو یا به طور واضح تر تعیین محله استفاده می کنند. در چنین حالتی معمولا امضازدن در محله دیگران یک بی‌احترامی یا اعلام مخالفت به حساب می‌آید. انگار که قوانین محله را زیر پا گذاشته باشند. همین قانون به انواع دیگر گرافیتی نیز راه پیدا کرده است، اگرچه معمولا به برخورد فیزیکی و خشونت‌آمیز نمی‌انجامد. گذشته از همه این‌ها بنابر دلایلی‌روشن، گرافیتیِ گنگ‌ها خوانا و معمولی تر از دیگر انواع گرافیتی نوشته می‌شود، به طوری که با دیدن یا دست کم با کمی تامل و بررسی، می‌شود آن را خواند یا منظور آن را به حد کافی فهمید و ارتباطی را بین آن‌ها یافت.

از میان زمینه‌هایی که به آن‌ها اشاره شد، در ادامه شاید جز در مواردی ویژه، دیگر نگاهی به لاترینالیا و گرافیتی‌های تاریخی نداشته باشیم، اما با موارد دیگر از جمله امضا زنی، استایل نویسی، گرافیتی عمومی، طنز، نقد و گرافیتی‌های بیانگرا و مکالمه ای تا جای ممکن آشنا خواهیم شد. برای ورود به دنیای گرافیتی، بد نیست کار را با شرح تاریخچه ی ارایه شده از این پدیده آغاز کنیم. البته دیگر نمی‌خواهیم به غار لاسکو بازگردیم، بلکه قصد داریم به ایستگاه‌های قطار بین شهری نیویورک برویم و ببینیم که گرافیتی امروزی، به معنای خاص آن، چه تاریخچه ای را پشت سر گذاشته است.






ALON
THERE IS NO DOG.
ALON

تاریخچه گرافیتی

بهتر است قبول کنیم که گرافیتی زاده قرن بیستم است، قرن شهر نشینی. هر آن‌چه قبل از قرن بیستم اتفاق افتاده مربوط به رخدادهای سرنوشت‌ساز تاریخی می‌شود که هر چند در شکل گیری پایه‌های گرافیتی نقش موثر داشته‌اند اما گنجاندن آن‌ها در تعریف امروزی گرافیتی چندان میسر نیست. گرافیتی حاصل شهرنشینی و نوسازی شهرها با نگاه سرمایه محور است. هر کجا سرمایه به جریان افتد، خواسته یا ناخواسته عده ای به حاشیه رانده می‌شوند اما ساکت نخواهند نشست. گرافیتی جدی‌ترین فریاد جامعه است در برابر نابرابری و نابسامانی. هرچند که کتاب‌ها و رسانه‌ها سعی دارند تا گرافیتی را به عنوان خوشگذرانی یا بازیِ ذوقی نسل‌های جوان معرفی کنند، اما گرافیتی در بطن خود اعتراضی است

بـه سـرکوب ارزش‌هـای فـردی. بیـن سـال‌های ۱۹۱۰ تـا ۱۹۲۰ میـلادی ایـن گنگ‌هـا و تجارت‌هـای زیرزمینـی بودنـد کـه روی دیوارهـا نشـانه‌هایی می‌نوشـتند یـا محـدوده خـود را بـه وسـیله نشـانه گـذاری روی دیوارهـا تعییـن می‌کردنـد. ایـن کار بـا کنـده‌کاری روی دیـوار و سـطوح و یـا بـا رنـگ انجـام می‌گرفـت. مشـهورترین گنگ‌هـا اغلـب در لـوس انجلـس و شـیکاگو فعالیـت می‌کردنـد. بـا توجـه بـه اهمیـت کارهـای پژوهشـی در جامعـه علمـی آمریـکا، از همـان زمـان مطالعـات زیـادی روی ایـن گرافیتی‌هـای اولیـه انجـام گرفتـه اسـت. دسـته دیگـر گرافیتی‌هـای اوایـل قـرن اخیـر بـه جنگ‌هـا مربـوط می‌شـوند: نوشـته مشـهور «کیلـروی این‌جـا بـوده[1]» کـه توسـط سـربازان‌آمریکایی در جنـگ جهانـی‌دوم بـه عنـوان یـادگاری نوشـته می‌شـد را می‌توانیـم بـه عنـوان یکـی از اشـکال ابتدایـی گرافیتـی مـورد توجـه قـرار دهیـم. عـلاوه بـر ایـن، در خـلال جنگ‌جهانـی‌دوم، نوشـته‌ها و یادگاری‌هـا یـا نشـانه‌های فتـح سـربازان بـر دیـوار ویرانه‌هـای شـهرهای اروپایـی بـه چشـم می‌خـورد. در اعتراضات‌خیابانـی بعـد از جنگ‌جهانـی نیـز گروه‌هـا و منش‌هـای سیاسـی گوناگونـی از دیوارنویسـی بـرای بیـان اعتراضـات خـود بهـره می‌گرفتنـد. بنابرایـن می‌بینیـم کـه نوشـتن بـدون کسـب اجـازه ویـا حتـی امضـا زنـی بـر دیـوار و حتـی کشـیدن طرحـی بـر دیـوار، بـه خودی‌خـود پدیـده ای‌نـو بـه حسـاب نمی‌آیـد.

دوران آغازین

گرافیتیِ‌امـروزی تقریبـا از دهـه ۱۹۶۰ در آمریـکا آغـاز شد. گرافیتی‌نویسـان نـام خـود یـا ترکیبـی از نام‌مسـتعار و شـماره‌هایی کـه بیانگـر سـن، سـال تولـد، پـلاک خانـه یـا حتـی بـی ارتبـاط بـا این‌هـا بـود را روی سـطوح شـهری می‌نوشـتند. برخـی معتقدنـد کـه هـدف آن‌هـا کسـب شـهرت در میـان هـم سن‌وسـالان خـود بـوده و عـده ای دیگـر کار آنـان را نوعـی سـرپیچی از قوانیـن قلمـداد می‌کننـد. انگیـزه آنـان هـر چـه کـه بـود، ایـن امضازنی‌هـا خیلـی زود بـه نوعـی رقابـت داغ خیابانـی بـر سـر قـدرت، شـجاعت یـا جذابیـت در میـان جوانـان تبدیـل شـد.

1 Kilroy was here

گفتــه می‌شــود کــه در دهــه شــصت میلادی، جوانــان فیلادلفیــا شــروع بــه نوشــتن اســامی خــود روی دیوارهــا کــرده بودنــد. قدیمی‌تریــن عکس‌هــای ثبــت شــده مربــوط بــه ســال **۱۹۶۸** اســت، امــا در بعضــی آثــار فرهنگــی آن زمــان هــم می‌شــود نمونه‌هایــی قدیمــی تــر از ایــن پدیــده را یافــت. یکــی ازجوانــان امضــازنِ فیلادلفیــا، بــا نــام مســتعار تــاپ کــت[۲] بعــد از مدتــی بــرای زندگــی بــه نیویــورک رفــت و در آنجــا بــه کار خــود ادامــه داد. تــاپ کــت نقــش مهمــی در شــکل گیری گرافیتــی در نیویــورک داشــته اســت. بــه عــلاوه ســبکی از امضــا زنــی کــه بعدهــا بــه ســبک بــرادوی[۳] معــروف شــد از ابداعــات او بــوده اســت. امضــا زنی‌هــای تــاپ کــت در نیویــورک خیلــی زود مــورد اســتقبال جوانــان نیویورکــی قــرار گرفــت و بیــن آنــان رواج یافــت. از آنجــا کــه در نیویــورک بــر خــلاف فیلادلفیــا سیســتم پیچیــده و گســترده قطــار بین‌شــهری وجــود داشــت و زندگــی جوانــان نیویورکــی در ارتبــاط تنگاتنــگ بــا قطارهــای شــهری بــود، گرافیتی‌هــا بــه ســرعت روی در و دیــوار و صندلی‌هــای قطارهــا نقــش بســتند. پارکینگ‌هــای درندشــت قطارهــا، در محله‌هــای حاشــیه ای کــه پاتــوق جوانــان نیویورکــی آن زمــان بودنــد ایــن امــکان را فراهــم آوردنــد کــه جوانــان بــه فکــر امضــا زنــی روی بدنــه بیرونــی قطارهــا بیافتنــد؛ بدیــن ترتیــب گرافیتــی خیلــی زود بــه داخــل و ســپس بــه بدنــه بیرونــی قطارهــا کشــیده شــد و توانســت توجــه جامعــه و رســانه‌های منطقــه‌ای را بــه خــود جلــب کنــد. در ســال**۱۹۷۱**، مجلــه نیویــورک تایمــز مقالــه ای راجــع بــه یکــی از ایــن جوانــان نیویورکــی بــه نــام تاکــی**۱۸۳**[۴] منتشــر کــرد. تاکــی اســم مســتعار شــخصی بــود بــه نــام دومتریــوس و عــدد «**۱۸۳**» شــماره خیابــان محــل ســکونتش. او بــرای رســاندن بسته‌های غــذا بــه در خانه‌هــا اســتخدام شــده بــود و در حیــن انجــام شــغلش در همــه جــای شــهر امضــای خــود را بــه جــا گذاشــته بــود. بنــا بــه نوشــته نشــریه نیویــورک تایمــز او اولیــن دیــوار نویس نبــود، امــا اولیــن کســی بــود کــه بــا امضــای عجیــب تاکــی **۱۸۳** کنجــکاوی همــه ســاکنین نیویــورک را بــر انگیخــت.

در آن دوران نوشــتن گرافیتــی بیشــتر بــه امضاهــای ســاده روی در و دیــوار خلاصــه

2 TopCat
3 Broadway Style
4 Taki 183



امضاها بر دیوار ورودی سالن مترو / کلن / آرشیو عکس کلاه استودیو

می‌شد و کمیت امضاها یا «بودن در همه جا» برای دیوار نویسان یک افتخار به حساب می‌آمد. مثلا کسی که در همه جای شهر و بیشتر از همه امضایش به چشم می‌آمد لقب «شاه» را می گرفت، چرا که از همه بیشتر کار کرده بود و این نشان‌می‌داد که تجربه بیشتری دارد و در کار خود ماهر شده است.

با گذشت چند سال، همه دیوارهای نیویورک مملو از خط خطی شده بودند و دیگر جای خالی برای زدنِ امضا پیدا نمی‌شد. در این شرایط کسانی که ذوق و امکاناتش را داشتند در تلاش بودند تا با ایجاد تنوع و زیبایی در دستخط و به کارگیری امضاهای بزرگ تر یا رنگ‌های گیرا تر، امضای خود را در میان ازدحام خطوط جلوه بیشتری بخشند. به تدریج همه دریافتند که برای جذب نگاه‌ها، باید شیوه ای خلاق و منحصر به فرد را در امضا زنی‌ها و کارهایشان به کار بندند. این گونه بود که رفته رفته سبک شخصی در امضازنی اهمیت بیشتری یافت.

جدال بین سبک‌ها

گرافیتی‌نویسان رفته رفته بیشتر بر منحصر به فرد بودن و خلاقیت در آثارشان متمرکز شدند. مثلا فضای داخلی حروف را با اشکال ویژه و ابداعی خودشان می‌آراستند و به صور مختلف، شکل عادیِ حروف را دگرگون کرده و حالت می‌دادند. از حروف حبابی و باد کرده گرفته تا سبک‌های پیچیده تری مثل سه بعدی و سبک وحشی (وایلد استایل) یا حتی سبک‌های انتزاعی‌تر. رفته رفته نوشته‌ها بزرگتر و پهن تر شدند، تا حدی که تمامی دیواره یک واگن قطار را می‌پوشاندند. در این دوره دیگر جامعه نیویورک، گرافیتی را آشکارا در محیط روزمره خود می‌دید و نسل‌های جدید با ایده‌های جدید و با استفاده از تاثیرات و تجربه‌های قبلی به این کار مشغول می‌شدند. این جوانان که خود را گرافیتی‌نویس خوانده، کار خود را گرافیتی‌نویسی می‌دانستند، در بعضی ایستگاه‌های قطار که برای آن‌ها حکم پاتوق را پیدا کرده بود روی نیمکتی می‌نشستند و ساعت‌ها به کارهای هم در دفترهایشان و روی قطارها نگاه می‌کردند. همانجا طرح می‌زدند و برای کارهای بعدیشان نقشه می‌کشیدند. بعضی تشکیل گروه می‌دادند و برای گروه خود نامی انتخاب می‌کردند. این گروه‌ها که بیشتر حلقه‌ای رفاقتی بر اساس علاقه مشترک به گرافیتی بود، گاه برای مردم و پلیس تصور ارتباطِ آن‌ها با گنگ‌های تبهکار را ایجاد می‌کرد.

گرافیتی نویسانی چون اِستِی‌های **۱۴۹** [۵]، لی **۱۶۳** [۶] و فِیزتو [۷] از چهره‌های تاثیرگذار و شناخته شده این دوران‌اند. فیزتو را ابداع کننده سبک حبابی [۸] می‌دانند. او با تنوع تکنیک و سبک کارهایش توانست راه‌های جدیدی را برای باقی هم‌قطارانش هموار سازد. تقریبا آن‌چه امروز به عنوان استایل شناخته می‌شود بر اساس شیوه ابداعی وی به وجود آمد. فیزتو حروف را از حالت خط(امضا) در آورده و نوشته را شکل بخشید. او حروف را به جای نوشتن، نقاشی می‌کرد.

5 Stay High 149
6 Lee 163
7 Phase 2
8 Bubble Style

با اهمیت پیدا کردن سبک شخصی، گرافیتی‌نویس‌ها به تمرین و مطالعه بیشتر پرداختند و مدام روی سبک‌های امضازنی و نقاشی خود کارمی‌کردند تا بتوانند ویژگی‌های جدیدتری را به امضایشان بدهند. فِلِش‌ها، حباب‌ها، ابرها، خطوط شکسته یا مواج، امضاهای کشیده و پیچیده یا ساده و هندسی و... به وجود آمدند. تنوع سبک‌ها، در همان دهه اول شکل گیری جنبشِ گرافیتی، به شکلی قابل ملاحظه به چشم می‌خورد و کارکترهای کارتونی و موضوعات روز وارد دنیای گرافیتی‌نویسان شده بود. در این دوران جوانان زیادی به دنیای گرافیتی علاقه‌مند می‌شدند وگرافیتی دیگر مختص پسران حاشیه‌ها نبود بلکه دخترانی هم سعی می‌کردند خود را وارد دنیای پسرانه گرافیتی‌نویسان کنند.گرافیتی نویس‌هایی چون بروکلینز استونی[9] ، کابوی[10]، گریپ[11] و چارمین[12] از اولین دختران مشهور دیوارنویس این دوره اند. چارمین به خاطر امضا زدن روی مجسمه آزادی شهرت زیادی به دست آورد. او اولین کسی بود که دست به چنین کاری زده بود. در منهتن کسانی چون باربارا ۶۲[13] و اوا **۶۲**[14] هم بودند. این دختران، درست به قدرت پسران، به همه جا سرک کشیده و امضا می‌زدند. یک گرافیتی‌کار اهل فلوریدا تعریف می‌کند که چگونه وقتی در عکس‌های سفر مادرش به نیویورک نگاه می‌کرده، متوجه امضای باربارا و اوا بر روی دیوار پس‌زمینه عکس شده است. این زوج گرافیتی‌کار در تمام نقاط نیویورک و حتی رختکن پسران و حمام‌های پسرانه مدرسه‌شان امضا زده بودند و این حضور مستمر، منجر به کسب شهرت و احترام ویژه‌ای برای آن‌ها شده بود. با شهرت روز افزون این دختران پیشرو، گرافیتی بین دیگر دختران نیز گسترش بیشتری یافت.

موضوع جالب توجه این است که در آن دوران بیشتر دخترانی که به گرافیتی روی می‌آوردند یا سابقه دوستی با پسرانی را داشتند که به این کار مشغول بودند و یا به علت علاقه‌شان به گرافیتی، سعی می‌کردند به نوعی خودشان را در جمع پسرهای

9 Booklyn's Stonie
10 Kboy
11 GRIP
12 Charmin
13 Barbra 62
14 Eve 62

گرافیتی‌نویس وارد کرده، اعتماد آنان را جلب کنند و در فعالیت‌های شبانه همراه آن‌ها بروند. در جوِ غالب گرافیتی‌نویس ها اما، بردن دختران به پارکینگ قطارها، که کاری مجرمانه تلقی می‌شد، کاری غیر عقلانی و دردسر ساز بود. پسرها می گفتند که اگر خطری پیش بیاید یا به دست پلیس بیافتند، همه گناه و دردسر آن بر گردن آنان خواهد افتاد.

تقاطع با بازار هنر

در سال **۱۹۷۲** بود که اولین نمایشگاه آثار گرافیتی‌نویس ها روی بوم در مرکزی هنری در نیویورک برگزار شد و گرافیتی‌نویسان را با لقب جدیدی معرفی کردند: هنرمندانِ گرافیتی. برگزار کننده این نمایشگاه یک دانشجوی جامعه‌شناسی به نام هوگو مارتینز[۱۵] بود. وی معتقد بود که گرافیتی یک وسیله بیان بوده و باید به عنوان یک هنر مورد توجه قرار گیرد. مارتینز گروه یو.جی.ای[۱۶] که مخفف «هنرمندان متحد گرافیتی» است را تشکیل داد و از گرافیتی‌نویسانی که به نظرش آثاری قابل‌قبول داشتند و به حد کافی مشهور و مقبول بودند، دعوت به همکاری کرد. او می‌خواست از طریق حمایت و نزدیک شدن به این هنر، آن را در مجرای بکارگیری مثبت از پتانسیل این هنرمندان سوق دهد! در سال **۱۹۷۳** چارمین و استونی[۱۷] اولین دخترانی بودند که به این جمع دعوت شدند. بدین ترتیب گالری ها و جامعه هنری رفته رفته با گرافیتی آشنا تر شده و منقدین هنری، تاریخ‌نویسان، مجموعه‌دارها وموسسات فرهنگی متوجه جنبه هنری موجود در کار گرافیتی‌نویسان شدند. مطالب متعدد و تحقیقات دانشگاهی وسیعی در این‌زمینه منتشر شد و دولت بودجه‌های مناسبی برای بررسی و کندوکاو درباره این پدیده جدید و انجام‌دهندگانش تخصیص داد. در حالی که جامعه فرهنگی آمریکا در حال ارایه تعاریف جامعه شناسانه و زیبایی شناسانه برای گرافیتی بود، خرده فرهنگ گرافیتی، در درون خود، مدت‌ها بود که تعاریف و مفاهیم و معیارهای زیبایی‌شناسانه ویژه ای را شکل داده بود و به آن می‌پرداخت.

---

15 Hugo Martinez
16 United Graffiti Artists
17 Stoney



پوستر نمایشگاه پسا-گرافیتی / نیویورک / آرشیو گالری سیدنی یانیس

منتقـدی در سـال **۱۹۷۳** مطـرح کـرد کـه گرافیتـی بـا تجـاری شـدن در معـرض نابـودی قـرار گرفتـه و دیـر یـا زود دچـار گسسـت از تعاریـف پدیدارشناسـانه خـود خواهـد شـد. البتـه حتـی در دهـه هشـتاد نیـز کـه گرافیتـی درگالری‌هـا بـه نمایـش در آمـده و بـه دنیـای تجـارت هنـری وارد می‌شـد، هرگـز پیش نیامـده بـود کـه گرافیتی‌هـا در موزه‌هـا و گالری‌هـای رسـمی بـه نمایـش درآینـد و بـه نظـر نمی‌آمـد که گرافیتـی در دنیـای رسـمی هنـر پذیرفتـه شـده باشـد. از نظـر جامعـه هنررسـمی و آکادمیـک آن زمـان، پذیـرش گرافیتـی بـه عنـوان هنـر دور از ذهـن بـود. بـا ایـن حـال در سـال **۱۹۸۳** نمایشـگاهی بـا عنـوان پُسـت–گرافیتی[۱۸] در گالـری سـیدنی‌جنیس[۱۹] نیویـورک برگـزار شـد کـه بـه عنـوان اولیـن حضـور گرافیتـی در یـک گالری‌رسـمی قلمـداد می‌شـد. تـا پیـش از آن، گرافیتـی درگالری‌هـای کوچک‌تـر و درسـطوحی دیگـر بـه نمایـش درآمـده بـود. از نظـر برخـی از گرافیتی‌نویس‌هـا، پسـت گرافیتـی یـا پسـا گرافیتـی اشـاره بـه ایـن داشـت کـه از درون پدیـده ای کـه اعتراضـی و غیرقانونـی تلقـی می‌شـده، اکنـون نگاهـی جدیـد سـربرآورده کـه مسـیری دیگـر را می‌پیمایـد و از ایـن رو اسـت کـه در گالـری ظاهـر می‌شـود. ایـن

18 Post_Graffiti
19 Sidney Janis

نام‌گذاری و این نوع نگاه باعث شد که از همان ابتدا، عده ای از هنرمندان گرافیتی از شرکت در این نمایشگاه‌ها اجتناب کنند. روش هایی که گالری‌ها برای معرفی و فروش آثار گرافیتی انتخاب می‌کردند، معمولا با اهداف و معیارهای خود گرافیتی نویس‌ها در تناقض بود.

پروژه دیوارهای شهر[20]

پروژه دیوارهای شهری که در اواخر سال‌های ۱۹۶۹ و اوایل ۱۹۷۰ به دستور شهردار جان لیندسی[21] آغاز شد، یکی از نمونه‌های توجه حاکمیت به روش‌های مقابله با جنبه خرابکارانه و اعتراضی گرافیتی بود. با بیشترشدن گرافیتی‌ها، هیاتی متشکل از کارشناسان و تیم تحقیقاتی در شهرداری نیویورک، به این نتیجه رسیده بودند که برای نشان دادن موافقت خود با وجود هنر واقعی در شهر، سازمانی را مختص به زیباسازی شهر نیویورک پایه گذاری کرده و به هنر، مجال حضور بر دیوارهای شهر را بدهند. این کار باعث پویایی بیشتر محلات می‌شد و از طرفی امکان برخورد تنبیهی با هرگونه گرافیتی، امضازنی و خلق آثار بدون‌مجوز را به نیروی حکومتی می‌داد. بدین ترتیب از نظر حکومت دیگر بهانه ای برای خط خطی کردن دیوارها باقی نمی‌ماند و «جان بخشیدن به دیوارهای خاکستری» باید از مجاری قانونی صورت می گرفت. در جریان این برنامه که از روزنامه‌ها وتلویزیون سراسری نیز مورد پوشش خبری قرار گرفت، صدها دیوار در محلات مختلف نیویورک برای نقاشی‌های دیواری انتخاب شده و مورد بهره برداری قرارگرفتند. نظر بر آن بود که همه نقاشی‌ها تا حد ممکن فاقد معنای بر انگیزاننده بوده و سعی‌شود در آن‌ها از انتزاع و رنگ‌های شاد و روشنی که فضای شهری را زندگی ببخشند استفاده شود تا مردم بتوانند به روشنی تفاوت آن‌ها با کار گرافیتی‌کاران را مشاهده کرده و با ایده دولتی مقابله با گرافیتی‌ها همراه‌تر شوند. درنهایت از آن جایی که این پروژه از نظر فکری و عملی به واقع هیچ ارتباطی با فضای ذهنی گرافیتی‌کارها نداشت، نه تنها مورد اعتنای آنان واقع نشد، بلکه نتوانست به تغییری بیانجامد.

20 City Walls Project
21 John Lindsay



نمونه ای از نقاشی‌های پروژه دیوارهای شهر / تاد ویلیامز ۱۹۷۰ / نیویورک - بروکلین / آرشیو اسلاید سوزان فنستن

دوران طلایی

«من متولد دهه شصت در نیویورک هستم. در اون زمان ما رسما هیچی نداشتیم. برشکسته بودیم. به عنوان یه بچه که در دهه هفتاد زندگی می‌کرد، همیشه دنبال چیزهایی بودم که رنگارگ و خلاقانه باشند. گرافیتی یه همچین چیزی بود» – نایسر[۲۲]

دهه هشتاد را باید دوران طلایی هنر گرافیتی نامید. دورانی که گرافیتی به تمام دنیا شناسانده و در هنر، موسیقی و فرهنگ آمریکا و جهان به رسمیت شناخته شد. دهه هشتاد به معنای واقعی کلمه دوران طلایی گرافیتی بود. دورانی که استایل‌نویسی به شکل وسیعی گسترش یافته و مورد توجه قرار گرفت. اولین تجربه های هنر خیابانی

22 Nicer



گرافیتی روی قطار / داندی ۱۹۸۰ / نیویورک / آرشیو عکس مارتا کوپر

در آمریکا و هنرمندانی چون کیت‌هارینگ، ژان میشل باسکیه[۲۳]، راملزی[۲۴] و دیگران به همین دهه تعلق دارند.

در همین دوران بود که پلیس نیویورک و برخی شهرهای بزرگ آمریکا شروع به انتشار کتابچه‌هایی از اسم و عکس آثار گرافیتی‌نویسان کرد. این دفترچه‌ها در بین کادر پلیس آمریکا پخش می‌شدند تا به شناسایی و برخورد با این جوانان سهولت بخشند و از این طریق با موج همه گیر شدن گرافیتی‌ها در شهر مقابله شود. پلیس در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده بود که بیشتر گرافیتی‌ها کار نوجوانان بین ده تا شانزده ساله است. بنا به نوشته یکی از این نشریات پلیس، اغلب گرافیتی نویسان حدودا در یازده سالگی شروع به امضا زنی می‌کنند و معمولا در حدود شانزده سالگی از این کار دست بر می‌دارند، زیرا درمی‌یابند که دیگر بزرگ شده

23 Jean-Michel Basquiat
24 Rammellzee

و نوجوان نیستند. از طرفی می‌دانند که بعد از شانزده‌سالگی، از دید قانون مسوول شناخته شده و در صورت ارتکاب این عمل به عنوان مجرم با آن‌ها برخورد خواهد شد. اندکی بعدتر، گزارشاتی در این نشریات منتشر شد در باره کسانی که نوزده تا بیست و پنج سال سن داشتند و هنوز به گرافیتی می‌پرداختند. مثلا گرافیتی کار بیست و دو ساله‌ای که همسر و بچه نوزادش برای رسیدگی به پرونده او به پلیس مراجعه کرده بودند. به هر روی، بنا به اظهار رییس انتظامی راه آهن نیویورک–سنفورد گارلیک[٢٥]– بیش از هفتاددرصد دستگیرشدگان به جرم گرافیتی بر قطارهای نیویورک، چهارده یا پانزده ساله بوده اند.

درسال **١٩٧٨** سیستمی جدید برای پاک کردن گرافیتی ابداع شد. این دستگاه آب را با مواد شیمیایی مخصوص و با فشار زیاد به سطح مورد نظر می‌پاشید و باف[٢٦] نام داشت. شهرداری نیویورک بودجه قابل توجهی را برای مقابله با گرافیتی اختصاص داده‌بود. پاک کردن گرافیتی‌ها، کاری هزینه‌بر و همیشگی بود. هر چه کارها را پاک می کردند، باز تاثیری نداشت. حصارکشی و نصب سیم خاردار به دور تمامی مناطق راه آهن، در نهایت تنها یک بازی تعقیب و گریز را میان جوانان و پلیس به وجود آورد و تاثیر چشمگیر دیگری نداشت. پلیس به همه فروشندگان اسپری ابلاغ کرد که فروش اسپری‌های رنگ، می‌بایست محدودیت سنی داشته باشد. کش رفتن اسپری از مغازه‌ها و فروشگاه‌ها سخت تر شد، چرا که به سرعت برای اسپری‌ها از قفسه‌های قفل‌دار استفاده شد. حتی قوانینی برای رسیدگی به جرایم این مجرمین جدید شهری به وجود آمد.

گفته می‌شود که در همین سال‌ها گرافیتی‌نویسی به نام لی[٢٧] از کشیدن روی قطارها دست کشید و شروع به نقاشی شبانه بر دیوارهای زمین بسکتبالی در اطراف

25 Sanford Garelik
26 Buff
27 Lee Quiñones



هوارد اردکه (هوارد دِ داک) / لی / نیویورک / آرشیو موزه شهر نیویورک

پل بروکلین[۲۸] کرد. این کار او بخشی از محله را تبدیل به یک گالری خیابانی کرده و سبب علاقه جوانان بیشتری به این کار شد. لی در میان گرافیتی‌نویسان نیویورک، چهره ای مورد احترام محسوب می‌شد. محبوبیت او نه تنها به خاطر قطارهایی بود که نقاشی می‌کرد بلکه پیام‌هایی که در آثارش به جامعه منتقل می‌کرد نیز باعث جلب توجه بسیاری از مردم و گرافیتی نویسان به او شده بود. او از جمله اولین کسانی بود که گرافیتی آگاهانه و بیانگرا را برگزید و در آثارش به بحران‌هایی چون واترگیت یا جنگ ویتنام و مشکلات اجتماعی و سیاسی آن زمان پرداخت. لی معتقد بود که «بالا»بردن نامش تنها بخشی از اهداف اوست وبخش دیگر هدفش را این گونه توصیف می‌کند:« این که این نام، از آن بالا چه چیز را بیان کند، برای من یک اولویت مجزا بود». فب فایو فردی[۲۹] از اولین کسانی بود که به لی پیوست. اندکی بعد تر مقاله ای در نشریه ویلیج وویس[۳۰] عکس فایوفردی را در مقابل نقاشی از لی به همراه مقاله ای درباب این که چگونه گرافیتی توانسته روش‌های جدیدی در هنر ارایه دهد

28 Brooklyn bridge
29 Fred Brathwaite(Fab5Freddy)
30 Village Voice

منتشـر کـرد. بعـد از انتشـار ایـن مطلـب تلفن‌هـای زیـادی بـه فایـو فـردی شـد و یکـی از آن‌هـا یـک دلال آثـار هنـری بـود، اهـل ایتالیـا و گالـری‌داری مشـهور بـه نـام کلودیـا برونـی[٣١] صاحـب گالـری مدوسـا در رُم. او تعـدادی از آثارفـب فایـو فـردی و لـی را خریـد و آن‌هـا را دعـوت بـه برگـزاری یـک نمایشـگاه دو نفـره در رُم کـرد. بـه ایـن ترتیـب اولیـن نمایشـگاه گرافیتـی کارهـا و اولیـن فـروش آثـار هنـری گرافیتـی در اروپـا نیـز بـه وقـوع پیوسـت. نـام ایـن نمایشـگاه «پنـج اعجوبـه: کالیگرافیتی‌هـای فـرد برتویـت و لـی کینونیـس» بـود.

بـا آغـاز دهـه هشـتاد، تعـداد بیشـماری از دختـران در صـدد حضـور و اجـرای نقاشـی در خیابان‌هـا و روی قطارهـا بودنـد. از فعال‌تریـن آنـان در منهتـن لیـل‌لاو**۲**[٣٢] و اندکـی بعـد تـر لیدی‌پینـک[٣٣] بودنـد. ایـن‌دو بعدهـا تبدیـل بـه چهره‌هایـی شناخته‌شـده در دنیـای گرافیتـی شـدند و از اولیـن دختـران موفـق در تاریخچـه ایـن هنـر بـه حسـاب می‌آینـد. در ایـن دهـه گرافیتی‌نویس‌هـای پُـرکاری از جملـه سـین[٣٤] و هـم نسـلانش وارد دنیـای گرافیتـی شـدند و بـا اسـتفاده از تجربیـات قبـل ازخـود، گرافیتـی را وارد مرحلـه جدیـدی کردنـد. «سـین» بـا بـالا بـردن کمیـت و کیفیـت آثارخـود و بـا نـوآوری و تنـوع در سـبک و شـیوه اجـرای آثـارش، شـهرت و اهمیـت بسـیاری یافـت و منشـا تاثیـر و تقلیـد بسـیاری از گرافیتی‌نویسـان هـم‌دوره و پـس از خـود شـد.

عـلاوه بـر نمایشـگاه کالیگرافیتـی در رُم، نمونـه‌ای دیگـر از مسـتندات اولیـه رصـد و اهمیـت یافتـن گرافیتـی بـرای اروپاییـان را مـی شـود در نوشـته‌های متفکـران اروپایـی و بـه طـور مشـخص در اشـاره بودریـار[٣٥] بـه گرافیتـی یافـت. ژان بودریـار، جامعه‌شـناس و فیلسـوف معاصـر فرانسـوی، در مقالـه‌اش بـا عنـوان «کول‌کیلـر یـا شـورش نشـانه‌ها» ، در سـال **۱۹۷٦**، در بـاره ایـن پدیـده اجتماعـی سـخن گفـت.(ترجمـه ای از متـن ایـن مقالـه بـه عنـوان بخـش پایانـی ایـن کتـاب آمـده اسـت.) سـال‌ها بعـد، در دهـه هشـتاد میـلادی بـود

31 Claudia Bruni
32 Lil Love 2
33 Lady Pink
34 Seen
35 Jean Baudrillard

که فرهنگ جدید گرافیتی مورد توجه و کنجکاوی جوانان اروپایی واقع شد.

جنبش ترن‌های پاکیزه

در **۱۲ می ۱۹۸۹**، سازمان متروی شهری نیویورک اعلام کرد که بر گرافیتی پیروز شده است و همه واگن‌های نقاشی شده را از ناوگان شهری خارج می‌کند. هنرمندانی که دیده شدن نامشان را ترجیح می‌دادند دست از قطارهاکشیده و به نقاشی روی دیواره اتوبان‌ها و پشت‌بام‌ها مشغول شدند. این جنبش جدید نیز تا حدود زیادی همه گیر شد وگرافیتی‌ها به پشت‌بام‌ها و اطراف اتوبان‌ها سرایت کردند. در نتیجه این روش مبارزه با گرافیتی‌نویسی روی قطارها، کشیدن گرافیتی روی قطارها که تا آن زمان داغ ترین و فعال ترین صحنه گرافیتی در آمریکا بود، متوقف شد. نقاشی روی قطارها دیگر فایده ای نداشت، چرا که هیچ قطار نقاشی شده‌ای وارد ناوگان حمل و نقل نمی‌شد و این به معنی دیده نشدن آثار بود. مبارزه دیوارنویس ها با قطارها هنوز هم ادامه دارد، اما بنا بر تصاویر و عکس ها و به گفته کسانی که آن زمان را تجربه کرده اند، این پدیده هرگز به شکل دوران آغازین خود یعنی دهه‌های هفتادو هشتاد در نیویورک تکرار نشد.

گرافیتی اروپا

اغلب گفته می‌شود که سرایت گرافیتی به اروپا از طریق موسیقی هیپ‌هاپ، کتاب‌ها و عکس‌های مسافرین و فیلم‌های آمریکایی صورت گرفته و در پاریس، آمستردام، دوسلدورف، مونیخ و وین مورد توجه جوانان واقع شد. بنا بر شواهد و مستنداتی که در دسترس است، اولین گرافیتی‌نویس‌های اروپا بیشتر به فرهنگ پانک متمایل بوده‌اند. حتی قبل از آنان نیز بودند هنرمندانی که به روش خودشان به هنر خیابانی می‌پرداختند. ژرارد زلوتیکامین[۳۶] که در دوران سخت جنگ جهانی دوم به دنیا آمده و بعد از جنگ دوران نوجوانی و جوانی خود را سپری کرده بود، در سال

36 Gerard Zlotykamien

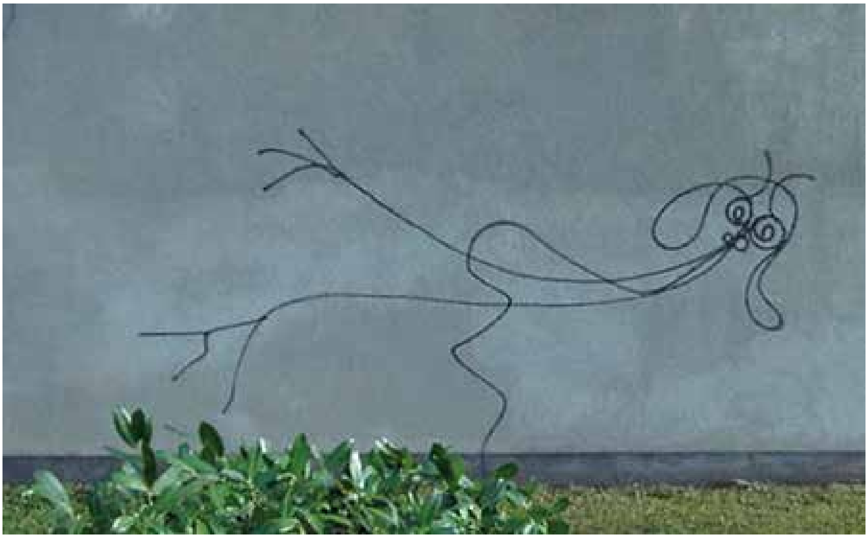


ژرارد زلوتیکامین / پاریس / آرشیوعکس گالری متگات

۱۹۶۳ بـا کشـیدن ارواحـی روی دیوارهـا در انگلسـتان بـه بیـان احساسـات خـود پرداخـت. او هنـوز هـم در آسـتانه **۸۰** سـالگی بـه خلـق آثـاری در خیابان‌هـا می‌پـردازد، آثـاری کـه حالتـی شـعرگونه دارنـد. پیتـر ارنسـت ایفـه[۳۷] در راسـتای اعتراضـات دانشـجویی مـاه مـی **۱۹۶۸** در بسـیاری از خیابان‌های هامبـورگ تصاویـر و نوشـته‌هایی را از خـود بـر جـا می گذاشـت، او در همـان مـاه بـا «فیـات۶۰۰» خـود وارد سـالن ایسـتگاه مرکزی هامبـورگ شـد و شـروع بـه کشـیدن مثلث‌هایـی روی دیوارهـای ایسـتگاه کـرد. پلیـس خیلـی سـریع ایفـه را دسـتگیر کـرد و کار او بـه آسایشـگاه‌روانی و مراکـز درمـان روحـی کشـانیده شـد.

هرالدناگلـی[۳۸] در سـال **۱۹۷۷** بـر بسـیاری از دیوارهـای شـهر زوریـخ در سـوییس کارکترهایـی بـا خطـوط منحنـی می کشـید کـه مـردم شـهر اغلـب آن‌هـا را دوسـت داشـتند. وی بعـد از بـه شـهرت رسـیدن مـورد تعقیـب پلیـس قـرار گرفتـه، بـرای او محکومیتـی معـادل **۹** مـاه زنـدان و دویسـت هـزار فرانـک سویسـس، بـه خاطـر تخریـب **۹۰۰** دیـوار در نظـر

37 Peter-Ernst Eiffe
38 Harald Naegeli



پری / هرالد ناگلی ۱۹۷۸ / زوریخ / آرشیوعکس هرالد ناگلی

گرفته شد. ناگلی در عرصه هنر مورد احترام بود و مدام نمایشگاه‌هایی در گالری‌ها و موزه‌های معتبر بر پا می کرد. زمانی که محکومیت او اعلام شد، برخی از هنرمندان محلی برای اعتراض به این حکم، دست به اعتصاب غذا زدند. او به آلمان پناهنده شد. دولت سوییس سعی کردتا آلمان را متقاعد به بازگرداندن ناگلی بکنند و در این کار موفق شد. ناگلی سر انجام در سال **۱۹۸٤** برای گذراندن مدت محکومیت خود روانه زندان شد.

کلاوس پایر[۳۹] در سال‌های پایانی دهه‌هفتاد در آلمان، نقاشی‌های زیادی را به خصوص در شهر آخِن کشید. او نقاشی‌هایش را شبانه و با قلمو انجام می‌داد ودر میان مردم شهر ناشناس بود. پایر را به نام «نقاش آخن» می‌شناختند.

علاوه بر این افراد، گروه‌های پانک در لندن، بریستل، آمستردام، پاریس و دیگر شهرهای بزرگ اروپایی در دهه هفتاد، از تبلیغات مستقل خیابانی استفاده می کردند.

39 Klaus Paier



نبرد بزرگ / کلاوس پایر ۱۹۷۸ / آخن / عکس از اینترنت

ایـن کار کـه بـرای آن‌هـا کـم هزینـه محسـوب می‌شـد، جنبـه ای هنرمندانـه یافتـه بـود و حـال و هـوای نامتعـارف آن‌هـا را بازگـو می‌کـرد. بـه همیـن سـبب ایـن روش تبلیـغ و ویژگی‌هـای تصویـری آن بـه سـرعت در میـان جوانـان ترویـج پیـدا کـرد. پانـک هـا در آمسـتردام حتـی در سـال‌های **۱۹۷۵** تـا **۱۹۸۰** نیـز بـه دیـوار نویسـی و پوسـتر چسـبانی می‌پرداختنـد. در میـان آن‌هـا دکتـر رت[40] از شـهرت بسـیاری برخـوردار بـود و از آنجـا کـه خـود از هـواداران فوتبـال بـود، همیشـه در کنـار نـام خـود، نـام تیـم آژاکـس را هـم می‌نوشـت. دکتـر رت را می‌تـوان از اولیـن پیشـگامان گرافیتی‌نویسـی در آمسـتردام دانسـت.

بـر پایـه اطلاعـات غالـب، در سـال **۱۹۸۱** در پاریـس بلـک لـه رت[41] بـرای اولیـن بـار از اسـتنیل در هنرخیابانـی اسـتفاده کـرد. اسـتفاده از استنسـیل تـا سـال **۱۹۸۵** در نیویـورک، ملبـورن و سـیدنی نیـز متـداول شـد. طـی سـالهای اولیـه دهـه هشـتاد فرهنـگ هیپ‌هـاپ

40 Dr. Rat
41 Blek le rat



دِیر / دیر ۲۰۰۹ / وایل ام راین - آلمان / آرشیوعکس کلاه استودیو

از طریـق شـهرت و محبوبیـت گروه‌هایـی مثـل شـوگر هیـل گنـگ[42] در میـان جوانـان اروپـا ترویـج مـی یافـت و گرافیتـی بـه عنـوان یکـی از **٤** عنصـر هیپ‌هـاپ (اِم‌سـی، بی‌بـوی، دی‌جِـی و گرافیتـی) معرفـی می‌شـد. بودجـه اصلـی ایـن تبلیغـات فرهنگـی را یـک سـرمایه دار آمریکایـی بـه همـراه تلویزیـون زد- دی‌اف آلمـان تامیـن می کردنـد. گرافیتـی نویس هایـی مثـل مـود **۲**[43]، شـو[44]، دلتـا[45] و بنـدو[46] در اوایـل دهـه هشـتاد کار خـود را روی دیوارهـا و قطارهـای اروپـا شـروع کردنـد و بـه تدریـج بـا فرهنـگ هیپ‌هـاپ آشـنا شـدند. در آن دوره گرافیتـی هنـوز پدیـده ای ناشـناخته در اروپـا بـود و بیشـتر بـا گروه‌هـای پانـک و طرفـداران فوتبـال مرتبـط دانسـته می‌شـد. گرافیتی کارهـای اروپایـی خیلـی زود از طریـق نمایشـگاه‌هایی کـه بـرای نمایـش آثـار پیشـگامان آمریکایـی آن‌هـا در اروپـا برگـذار می‌شـد بـا گرافیتـی نویسـان آمریکایـی آشـنا شـدند و توانسـتند از تجربیـات آن‌هـا بهـره بگیرنـد. هرچنـد دو نمایشـگاه گرافیتـی آمریکایـی در رم و آمسـتردام در جـذب علاقـه جوانـان بـه دیـوار نویسـی بـی تاثیـر نبودنـد، امـا تاثیرشـان بـی شـک بـه انـدازه کتاب‌هـا و فیلم‌هایـی

42 SugerHillGang
43 Mode2
44 Shoe
45 Delta
46 Bando

نبـود کـه در سـال‌های بعـدی دسـت بـه دسـت در میـان جوانـان اروپایـی می گشـت. کتابـی مثـل سـابوی آرت[۴۷] یـا فیلمـی چـون وایلـد اسـتایل[۴۸] (چارلی آهـرن **۱۹۸۳**) بـه مراتـب بیـش از خبـر فـروش آثـار هنـری گرافیتـی در گالری‌هـا سـبب گرایش جوانـان بـه ایـن پدیـده نوظهـور بـوده انـد.

نسـل جدید گرافیتـی کاران اروپایـی، در سـال‌های میانـی دهـه هشـتاد از قبیـل لومیـت[۴۹] دیـر[۵۰] و توست[۵۱] (سـوییس) ، کَـن **۲**[۵۲] (آلـمان)،نسـتی[۵۳] و کـپ[۵۴] (فرانسـه)،روبو[۵۵] و اینکـی[۵۶] (انگلسـتان) توانسـتند بسـتری ویـژه بـرای نـوآوری در دنیای گرافیتـی را پدیدآورنـد. در ایـن سـال‌ها هیپ‌هـاپ بـه عنـوان خرده‌فرهنگـی جدیـد وارد اروپـا شـده و بـا سـرعت زیـادی رو بـه گسـترش بـود. اروپایی‌هـا بـا تکیـه بـر وجـه هنـری اسـتایل و توجـه زیبایی‌شناسـانه بـه گرافیتـی، توانسـتند رقابـت موجـود در فـرم گرافیتـی (اسـتایل) را وارد مرحلـه ای تـازه کننـد. بـه عـلاوه تاثیـر فرهنـگ پانـک بـر گرافیتـی توانسـته بـود محتـوای آن را بـه نوعـی بـه بیانگرایـی اجتماعـی نزدیـک سـازد، چونان‌کـه در آثـار هنرمندانـی چـون بلـک لـه رت قابـل ملاحظـه اسـت.

تجربه‌هایـی چـون تجربـه بلک‌لـه‌رت در اسـتفاده از شـابلون زنـی در خیابـان بـه منظـور آفرینـش هنـری، گرافیتـی را بـه سـمت شـاخه جدیـدی سـوق مـی‌داد کـه امـروزه آن را هنرخیابانـی می‌نامیـم و در بـاره آن در بخش‌هـای بعـدی صحبـت خواهیـم کـرد.

47 Subway Art
48 Wild Style
49 Loomit
50 Dare
51 Toast
52 Can2
53 Nasty
54 Cap
55 Robbo
56 Inkie



نمونه نوشتار پیچادورس‌ها / عکس از اینترنت

گرافیتی آمریکای جنوبی

سابقه گرافیتی در برزیل به پیچادورس[۵۷] می‌رسد. پیچادورس‌های دهه پنجاه در مواجهه با نقاشی‌های دیواری و پروپاگاندای دولتی به نوشتن شعارهایی با خط خاص خودشان مبادرت کردند. در سال‌های اولیه دهه هشتاد میلادی پیچادورس باری دیگر اما به عنوان سبک امضازنی در گرافیتی استفاده شد. اسپری در سال‌های میانی دهه هشتاد به سختی در برزیل پیدا می‌شد، اما در همان زمان نیز، افرادی چون اوس‌خمه اوس[۵۸] (دو قلوها) و دیگران، نقاشی کشیدن در خیابان‌ها را شروع کرده بودند. در دیگر کشورهای آمریکای جنوبی نیز گرافیتی در اواخر دهه هشتاد تا میانه دهه نود میلادی شروع به گسترش نمود. لازم به یادآوری است که روحیات مردمان آمریکای لاتین پیوندی همیشگی با نقاشی و نقوش رنگارنگ داشته و این بی شک در شکوفایی سبک‌ها و آثار بدیع هنرخیابانی و نقاشی دیواری در این کشورها بی تاثیر نبوده است.

57 Pixadores
58 OsGemeos

گرافیتی آفریقا

گرافیتـی در آفریقـا در دهـه نـود و همین‌طـور سـال‌های بعـد از ۲۰۰۰ ابتـدا در کشـور آفریقـای جنوبـی (یوهانسـبورگ و کیـپ تـاون) دیـده شـد. شـرایط اقتصـادی و فرهنگـی در قـاره آفریقـا، معمـولا فرصـت فکـر کـردن یـا نقاشـی کشـیدن را بـه جوانـان نمی‌دهـد. بـا ایـن وجـود، بـه ویـژه بعـد از سـال ۲۰۰۰ میـلادی، گرافیتـی و هنرخیابانـی در ایـن کشـورها نیـز وجـود داشـته اسـت. گرافیتـی در مصـر، تونـس و مراکـش، در سـالهای اخیـر و در جریـان انقلاب‌هـا و تحـولات ایـن کشـورها بـه تدریـج شـناخته شـده و رو بـه گسـترش اسـت.

گرافیتی استرالیا

اسـترالیا یکـی از مراکـز مهـم گرافیتـی و هنـر شـهری در دنیـا اسـت. فرهنـگ اسـترالیا بسـیار تحـت تاثیـر فرهنـگ دو کشـور آمریـکا و انگلیـس اسـت، هرچنـد کـه ویژگی‌هـای متمایـزی را نیـز داراسـت. در دهـه هفتـاد، در جریـان اعتراضـات جهانـی بـه جنـگ ویتنـام، نوشـته‌هایی بـر در و دیـوار شـهرهای بـزرگ اسـترالیا بـه ویـژه ملبـورن نقـش بسـت. در اوایـل دهـه هشـتاد، هم‌زمـان بـا اروپـا، گرافیتـی در ایـن کشـور نیـز رواج پیـدا کـرد. دولـت اسـترالیا مخالفـت چندانـی بـا گرافیتـی نشـان نـداد و ایـن باعـث رشـد سـریع گرافیتـی و هنرشـهری در ایـن قاره/کشـور شـد. شـهرهای ملبـورن، سـیدنی، بریسـبین و ادلایـد همیشـه در زمینـه کمـی و کیفـی در هنـر شـهری بـا هـم رقابـت داشـته انـد. ملبـورن را بـه عنـوان پایتخـت استنسـیل دنیـا می‌شناسـند. تکنیـک استنسـیل یکـی از شـیوه‌های بسـیار متـداول در هنـر خیابانـی ملبـورن اسـت. کوچه‌هـا و محله‌هایـی در شـهرهای اسـترالیا وجـود دارنـد کـه بـه خاطـر گرافیتـی و هنـر شـهری موجـود در آن‌هـا بـه عنـوان جاذبه‌هـای توریسـتی شـناخته می‌شـوند.



زندان همگانی / نقاشی بر دیوار / تنها و مگوی ۲۰۰۴ / تهران / آرشیوعکس کلاه استودیو

گرافیتی آسیا

ژاپن اولین کشور آسیایی است که گرافیتی در سالهای میانه دهه هشتاد به آن راه یافت. در این دهه رفاه اقتصادی و فرهنگی در ژاپن رو به افزایش بوده و ژاپنی‌های بسیاری به دور دنیا سفر می‌کردند. همین‌طور مسافرین زیادی از آمریکا به ژاپن سفر می‌کردند و این زمینه را برای ورود فرهنگ خارجی به کشور فراهم می‌ساخت. گرافیتی‌نویسان کره جنوبی، تایلند، فیلیپین و سنگاپور در سال‌های آخر دهه نود و به خصوص بعد از **۲۰۰۰** فعالیت خود را آغاز کرده و گسترش دادند. در خاور میانه نیز هر چند نمونه‌های گرافیتی در ایران و لبنان در طی سال‌های دهه نود توسط توریست‌ها یا جوانان بومی، به صورت جسته و گریخته اجرا شده بود، اما شروع فراگیر آن را باید سال‌های اولیه قرن بیست و یکم دانست. نمونه‌های اولیه گرافیتی در ایران را می‌شد در سال‌های **۲۰۰۰** تا **۲۰۰۵** میلادی در شهرک‌های واقع در غرب تهران، یعنی آپادانا و اکباتان دید. با اندکی اختلاف کشورهایی چون لبنان، مصر، امارات و

قطـر نیـز از اولیـن کشـورهای فعـال در گرافیتی‌خاورمیانـه هسـتند.

هنرخیابانی

طـی دو دهـه اخیـر بسـیاری از جوانـان در جهـان بـه گرافیتـی و هنرخیابانـی روی آورده و سـعی در خلـق ایده‌هـای نـو و گشـودن مرزهـای هنـر خیابانـی داشـته و دارنـد. همـه گیـری هنـر خیابانـی بسـیاری از نویسـندگان و منتقدیـن هنـری را متقاعـد کـرده اسـت کـه گرافیتـی، اولیـن جنبـش هنـری در تاریـخ بشـر اسـت کـه بـه طـور کامـل و زنـده تمامـی هنرمنـدان جهـان را متحـد سـاخته. گرافیتـی امـروزه بـه شـاخه‌های مختلفـی تبدیـل شـده اسـت کـه هـر یـک از نظـر شـیوه، ابـزار و انگیـزه بیـان ویژگی‌هـای منحصـر بـه فـردی را دارا هسـتند. بـه عنـوان مثـال اسـتفاده از استنسـیل بـه صـورت تبلیـغ یـا پروپاگانـدا سـالیان سـال در تاریـخ جوامـع وجـود داشـته اسـت، امـا اسـتفاده از ایـن تکنیـک در خیابـان بـه هـدف بیـان شـخصی، بـی شـک وام‌دار گرافیتـی و تجربه‌هـای فرهنگـی و هنـری مرتبـط بـه آن اسـت.

هنـر خیابانـی در حقیقـت محـل اتصـال چنـد تجربـه مختلـف اجتماعـی اسـت. آثـار متاخـر هنرمنـدان آوانـگارد آمریکایـی و اروپایـی کـه حاصـل تجربه‌هـای سـاختار شـکنانه و انتقـادی ژان میشـل باسـکیه، کیت‌هارینـگ یـا جـان فکنـر[۵۹] در آمریـکا بودنـد و تجربه‌هـای هنرمندانـی چـون ژراردزلوتیکمیـن، ژاک ویگلـه[۶۰]، هرالدناگلـی و یـا دکولاژیسـت‌های اروپـا در دهـه ۶۰ و ۷۰ حکایـت از نـگاه هنرمنـدان آوانـگارد آن زمـان بـه سـمت خیابـان و مـردم دارد. از طرفـی دیگـر نـگاه مبـارز و منتقدانـه جوانـان وابسـته بـه فرهنـگ راک، پانـک و دنیـای سـایبر پانـک، بـا بـه کارگیـری تجربیـات حاصـل از دوران مخالفت‌هـای خیابانـی و پوسـترها و استنسـیل‌های سیاسـی دوران بعـد از جنـگ جهانـی دوم و همین‌طـور اقبـال گرافیتـی در دنیـای هنـر، باعـث شـدند تـا علاقـه بـه بیـان از طریـق هنـر خیابانـی افق‌هـای تـازه ای یابـد. برخـی کانسپچوالیسـت‌های دهـه هفتـاد نیـز نیم‌نگاهـی بـه خیابـان و فرهنـگ خیابانـی داشـته‌اند، امـا بیشترکارهایشـان تـا آن زمـان بـه عنـوان تجربیاتـی هنـری تلقـی می‌شـد. در

59 John Fekner
60 Jaque Wigle



تصاحب بیلبورد شهری / ژان فوشر ۱۹۸۲ / پاریس / آرشیوعکس ژان فوشر

اواخر دهه هشتاد هنر خیابانی رفته رفته رو به رشد و محبوبیت گذاشت و توانست در پیشرفت استایل نویسی نیز تاثیر گذار باشد.

ژان فوشر[۶۱] در فرانسه دهه هشتاد شروع به کار کرد. او بیشتر سعی می کرد با چسباندن نقاشی‌هایی که از پیش روی کاغذ اجرا شده بودند، کارش را در سطح شهر به نمایش بگذارد. فوشر نقاشی‌هایش را روی بیلبوردهای شهری می‌چسباند. او در سال **۱۹۸۵** به دعوت تونی شفرازی[۶۲] به همراه ژان میشل باسکیه، فوتورا **۲۰۰۰**[۶۳] و چند هنرمند آوانگارد شهری، نمایشگاهی گروهی در نیویورک بر پا کردند. در دهه نود میلادی هنر شهری رو به محبوبیت بیشتر گذارد و هنرمندان مختلفی به اجرای آثار خود در محیط شهری روی آوردند. شپرد فیری[۶۴] با برچسب‌های کوچکی از چهره یک

61 Jean Faucher
62 Toni Shafrazi
63 Futura 2000
64 Sheperd Fairey

کشتی گیر و بازیگر مشهور آمریکایی به نام آندره د جاینت[65] یک کمپین هنری و صرفا به جهت کار کلاسی، برای پروژه دانشگاهی‌اش به راه انداخت. او می خواست امتحان کند که چگونه با باز تولید تصویر، تکثیر و انتشار آن در جامعه می توان باعث تثبیت آن در ذهن عموم شد. تصویر مشهور اوبِی[66]، امروزه از شناخته شده ترین نمونه‌های هنر خیابانی است و استفاده تبلیغاتی فراوانی از آن می‌شود.

نسل‌های بعدی هنرمندان شهری توانستند شیوه‌های بیان متفاوتی را تجربه کنند، در این میان بنکسی که در سال **۱۹۹۰** شروع به نوشتن گرافیتی کرده بود، در سال **۱۹۹۵** با عکاس و گالری دار انگلیسی، استیو لازاریدیس[67]، که می‌توانست آثار او را بفروشد، آشنا شد. بنکسی از ابتدای کارش به عنوان گرافیتی‌نویس، در سال‌های **۱۹۹۲** تا **۱۹۹٤** از تکنیک استنسیل هم استفاده می کرد، اما در سال **۲۰۰۰** رسما تمرکز خود را روی استنسیل گذاشته و سعی کرد در آثار خود روحیه طنز گزنده و «همه‌فهمی» را در ابراز مخالفت با ساختارهای قدرت و سرمایه به کار گیرد. او در سال **۲۰۰٤** اسکناس هایی تقلبی منتشر کرد که روی آن‌ها به جای سر ملکه انگلیس، چهره پرنسس دایانا تصویر شده بود و به جای عبارت «بانک انگلستان» از عبارت «بانکسی انگلستان» استفاده شده بود. او علاوه بر این‌ها توانسته، با همکاری تیمی حرفه ای، هویت خود را تا امروز پنهان نگاه دارد که خود از ویژگی‌های خبر ساز، جذاب و منحصر به فرد این هنرمند خیابانی است. بنکسی را باید شناخته شده ترین ستاره رسانه ای در تاریخ گرافیتی و هنر خیابانی دانست. تاثیر کارهای او در شناخته شدن هنر خیابانی و جلب توجه رسانه‌ها و مردم به هنر خیابانی غیر قابل انکار است. با این حال اکثریت جامعه هنر خیابانی، از این که با بنکسی تعریف یا شناخته شوند، استقبال گرمی نمی کنند.

از سال **۲۰۰۰** تا امروز گرافیتی و هنر خیابانی به شکل وسیعی پیش رفته

65 André the Giant
66 Obey
67 Steve Lazarides



موزاییک چسبانی / اسپیس اینوِیدِرز ۲۰۰۷ / پاریس / آرشیوعکس کلاه استودیو

و مخاطبین گسترده تری پیدا کرده است. استفاده از مواد و روش های گوناگون برای خلق آثار از ویژگی های هنر خیابانی در دهه‌های اخیر است. موزاییک ها، کارتن ها، ظروف یکبار مصرف، ال-ای-دی ها، کدهای قابل بازخوانی، ویدیوپروژکشن، حجم سازی، استفاده از مبلمان شهری، دستکاری در پوسترها و بیلبوردهای تبلیغاتی، پرفورمانس های خیابانی و اینستالیشن های موقعیت محور، همه در تجربیات نوین هنر خیابانی ایفای نقش کرده اند. در پایان دهه نود و ورود به قرن بیست ویکم، هنر شهری رو به محبوبیت و مقبولیت بیشتر گذاشت و در دهه اخیر به محبوبیت و شهرت فراوانی در دنیا دست یافت. این مقبولیت موجب شد تا رسانه‌ها از آن به عنوان موضوع داغ اجتماعی استقبال کرده و آمار تولید محصولات رسانه ای مرتبط با این پدیده فزونی قابل توجهی یابد. از این رو است که امروزه فیلم ها، مستندها و کتاب های متعددی پیرامون هنرخیابانی در سراسر دنیا تولید و عرضه می شوند.

امروزه فستیوال های متعددی در زمینه‌های مختلف گرافیتی و هنرخیابانی برگزار می شوند. اغلب این فستیوال ها با اهداف تبلیغاتی به نفع شرکت های تولید و

پخش محصولات غذایی یا پوشاک و یا با هدف جهت‌دهی اجتماعی طراحی می‌شوند، با این حال گردهمایی‌ها و فستیوال‌های مستقل و صرفا هنری هم در این زمینه کم نیستند. هنر شهری امروز بر لبه تیغی راه می‌رود که یک سوی آن ورود به عرصه صنعت سرگرمی و سوی دیگر آن ورطه گمنامی و تلاش نا فرجام است.

پیش از آن که وارد مباحث‌دیگر مربوط به گرافیتی و هنرشهری، از جمله تکنیک‌ها، اصطلاحات وباورهای این هنرمندان شویم، بد نیست اندکی درباره چگونگی نگرش‌ها نسبت به گرافیتی صحبت کنیم. این‌که مورخین، جامعه‌شناسان و نویسندگان یا حتی مستندسازان چگونه این پدیده را مورد بررسی قرار می‌دهند و از چه زوایایی به آن نگاه می‌کنند.


GFA



استخوان‌بندی اصلی این بخش بر مطلبی پژوهشی از جِین گَتسبی با عنوان «نگاه‌کردن به گرافیتی بر دیوار» استوار است.

نگاه کردن به گرافیتی

گرافیتـی در همه‌جـای شـهرها و بـر سـطوح متنوعـی بـه چشـم می‌خـورد. حتـی در جاهایی کـه اصـلا انتظـار دیـدن گرافیتـی نمـی‌رود، کسـی پیـدا می‌شـود کـه جـرات یـا حماقـت کافـی بـرای یـادگاری نویسـی، امضازنـی یـا خلـق اثـری را داشـته باشـد. گرافیتـی غیـر منتظـره و بـی چارچـوب اسـت، از ایـن رو اسـت کـه بـه اشـکال مختلـف مـورد بررسـی و توجـه اندیشـمندان قـرار می گیـرد.

زاویـه دیـد محققیـق ونویسـندگان کتاب‌هـا بـه هنرخیابانـی و تعاریفـی کـه آنـان از ایـن پدیـده ارایـه داده انـد از تنـوع زیـادی برخـوردار اسـت. بـرای مثـال وارنـدو[1] و گاپنیـک[2] مقایسـه ای از گرافیتـی و هنـر ارایـه می‌دهنـد و طـی آن گرافیتـی را پدیـده‌ای دو وجهـی

1 Kirk Varnedoe
2 Adam Gopnik

بـه حسـاب می‌آورنـد: آمیـزه ای از«سـرگرمی کودکانـه» و «سرکشـی جوانانـه». ایبـل[3] و باکلـی[4] (۱۹۷۷) در ایـن بـاره برخـوردی کامـلا متفـاوت داشـته انـد. ایـن دو محقـق، گرافیتـی را بـه طـور کلـی پدیـده ای روانـی محسـوب کرده و آن را در حـوزه علـم روان‌شناسـی مـورد مطالعـه قـرار می‌دهنـد: نوعـی ارتبـاط کـه درعیـن شـخصی‌بودن، از قیـد قانـون و محدودیت‌های اجتماعـی خارج‌شـده و بـه هـدف بیـان آزادانـه اندیشـه انجـام می‌شـود، یعنـی آن‌چـه کـه افـراد عادی جامعـه بـه شـکلی عرفـی از آن منـع شـده‌اند.

بسـیارند متونی که گرافیتـی درآن‌هـا، چـه بـه شـکل پدیـده ای‌سازنده و چـه بـه شـکل پدیـده ای مخـرب، بـه عنـوان بسـتری جدیـد در ارتباط‌اجتماعـی مـورد مطالعـه قرارگرفتـه اسـت. مباحـث هنـری، فلسـفی و زبان‌شناسـانه نیـز در بـاره گرافیتـی کم‌نیسـتند. بـا وجـود تعـدد بسـیار ایـن تحقیقـات و منابـع، بـه نظـر می‌رسـد کـه دسـته‌بندی ایـن مقـولات و در کل دسـته‌بندی زمینه‌هـای قابل‌مطالعـه در بـاره گرافیتـی، می‌توانـد مـا را در مطالعـه و یـا مواجهـه بـا کتاب‌هـا، مقـالات و رویکردهـای انتقـادی یـا تحلیلـی در بـاره گرافیتـی آگاه‌تـر سـازد. از آن گذشـته، آگاهـی دربـاره هـر پدیـده، زاویـه دیـد انسـان نسـبت بـه آن پدیـده را بازتـر می‌کنـد. هـر محققـی بـرای رسـیدن بـه اهـداف و حل کـردن مسـئله‌اش روشـی را بـه کار می‌گیـرد. بـرای نمونـه ممکن‌اسـت گرافیتی‌هـا را از دیـدگاه جنسـیتی مـورد توجـه قـرار داده، بـرای او مهـم باشـد کـه ایـن تصاویـر را بیشـتر دختـران می‌کشـند یـا پسـران؟ و تفـاوت آثـار ایـن دو چیسـت؟ آیـا تفاوتی‌سـاختاری، کارکـردی یـا انگیزشـی میـان گرافیتی‌هـای پسـران و دختـران وجـود دارد؟ یـا شـاید محققـی در پـی ایـن باشـد کـه در کـدام شـهرها یـا مناطـق شـهری تعـداد بیشـتری گرافیتـی به‌چشـم‌می‌خورد؟ آن‌گاه احتمـالا بـه جسـتجوی دلایـل و عوامـل تاثیرگـذار بـر آن خواهدبـود. بـه هـر حـال زوایـای متفاوتـی ممکـن اسـت در هـر تحقیـق مـورد توجـه قرارگیـرد. بـر اسـاس آن‌چـه تاکنـون انجام‌شده‌اسـت، نُـه روش متمایـز در حـوزه تحقیقـات گرافیتـی قابل‌بازشناسـی‌اند. جین گتسـبی[5] در سـال **۱۹۹۵** ایـن **۹** زمینـه فرهنگـی، جنسـیتی، زبـان شناسـانه، بومـی، کمـی، زیبایـی شناسـانه، انگیزشـی، نفـی گـرا و در آخـر تبلیـغ گـر را مـورد بازشناسـی قـرارداده و در تحقیـق خـود

3 Ernest L. Abel
4 Barbara Buckley
5 Jane M. Gadsby

بـه نـام «نگاهـی بـه نوشـته‌های روی دیوار» بـه آن‌هـا پرداخته‌اسـت. وی همچنیـن بـا بررسـی آرشـیو متـون و تحقیقـات موجـود، آمـاری دربـاره کمیـت تحقیقـات انجـام شـده در دهه‌هـای قبـل از خـود ارایـه‌داده اسـت و نشـان می‌دهـد کـه تحقیقـات پیرامـون گرافیتـی، در دهـه هفتـاد از تمامـی دهه‌هـای قبـل و بعـد از آن بـه مراتـب بیشـتر بـوده اسـت. بـه هرحـال هـر یـک از زمینه‌هـا یـا روش‌هـای نـگاه کـردن بـه گرافیتـی، امکانـات و محدودیت‌هایـی را بـر کلیـت تحقیـق، رسـاله یـا کتـاب اعمـال می‌کننـد کـه سـعی‌داریم بـا ذکـر چنـد مثـال بـه آن‌هـا بپردازیـم.

زمینه فرهنگی

بحـث دربـاره فرهنـگ و روش‌هـای روزمـره زندگـی آدمیـان، مـورد مطالعـه بسـیاری از دانشـمندان علـوم جامعه‌شناسـی و انسان‌شناسـی قـرار داشـته و دارد. در مطالعـه گرافیتـی از نظـرگاه فرهنگـی، بـرای مثـال از دیـدگاه یـک جامعـه شـناس یـا جرم‌شـناس، هـر گرافیتـی سـندی‌تصویری اسـت از وجـود گروه‌هـای اقلیت‌شـهری و خـرده فرهنگ‌هـای موجـود در جامعـه. آن‌هـا در بررسی‌هایشـان بـه همـه اطلاعـات موجـود توجـه می‌کننـد (مثـلا زبـان، منطقـه، بومیـت وغیـره) تـا بتواننـد تفسـیر و تحلیلـی درسـت از پدیـده‌ای کـه بـا آن روبـه‌رو هسـتند ارایه‌دهنـد. مشـکل مهمـی درایـن گونـه از بررسـی‌ها وجـود دارد و آن لغـزش در پذیـرش گرافیتـی بـه عنـوان هنـر یـا دسـت‌کم وندالیسـم هنـری اسـت. چـرا کـه اگـر ویژگـی هنـری گرافیتـی را مـد نظـر نداشته‌باشـیم، آن‌گاه بعیـد نیسـت کـه بـا تعمیـم یـا اختصـاص‌دادن فرهنگ گرافیتـی بـه گـروه یـا خرده‌فرهنگ‌هایـی خـاص و عـدم توجـه بـه بیان‌گرایـی، فردیت‌وجنبـه درون گرایانـه آثـار، بـه نتیجه‌گیـری نادرسـت دسـت یابیـم. در بررسـی‌های آکادمیـک، از قبیـل مقـالات یـا پایان‌نامه‌هـا و حتـی کتاب‌هـای پژوهشـی در علـوم جامعه‌شناسـی، زبان‌شناسـی و... دیـده می‌شـود کـه توجـه بیشـتر محققیـن بـه «جامعـه» اسـت تـا «فـرد». ایـن نـگاه کلی‌گـرا می‌توانـد تحقیـق یـا نـوع نـگاه مـا را تک‌بعـدی و تعمیم‌ناپذیـر سـازد.



گرافیتی با نشان‌های بومی / نالک و آوول ۲۰۰۸ / ملبورن / آرشیوعکس کلاه استودیو

بوشنل[6] (**۱۹۹۰**) گرافیتی را به عنوان نمادی از آن‌چه برای مردم مسکو مهم است موضوع مقاله‌اش قرار داده. او گرافیتی را به فشارسنجی تعبیر می‌کند که با آن می‌توان تاثیرات ناشی از تغییر شرایط زندگی مردم مسکو را مورد ارزیابی قرارداد. روشن است که بوشنل در روش تحقیق خود، اهمیت بسیار ناچیزی به وجود فرد گرافیتی‌نویس داده، او و عملش را تنها به مثابه نشانی از شرایط اجتماعی قلمداد می‌کند و نه چیزی بیشتر. فریمن[7] نیز گرافیتی را به مثابه «انعکاسی» از ماهیت جامعه‌ای می‌داند که زاینده آن است.

کاستلون[8] در **۱۹۷۸** و کوهان[9] در **۱۹۷۵** گرافیتی را به‌عنوان مشخصه ویژه فرهنگ‌های تحت مطالعه‌شان قراردادند، بدین ترتیب که آن‌دو جامعه‌های هدف بررسی‌شان را در ارتباط با پدیده گرافیتی مورد دسته‌بندی قرار دادند. مثلا کوهان در کتاب خود، تنها به گرافیتی در حوزه یک منطقه(شیکاگو) پرداخته است.پژوهش های لیندسی در باره گرافیتی‌های پامپی و یا تفاسیری که از نقوش ثبت‌شده در بازارهای آتن باستان

6 Bushnell, J.
7 Freeman, R.
8 Castellón, R.
9 Tony Cohan

شـده، همـه در همیـن دسـته قرارمی گیرنـد.

زمینه جنسیتی

نگاه‌کـردن بـه گرافیتی‌هـا در چارچـوب تفاوت‌هـای جنسـیتی، بخـش قابل‌توجهـی از تحقیقـات حـوزه گرافیتـی را به‌خـود اختصاص می‌دهـد. بسـیاری از محققیـن آن را در مطالعـه لاترینالیـا بـه‌کار برده‌انـد، چـرا کـه در ایـن اماکـن مراجعه‌کننـدگان زن و مـرد کامـلا از هـم مجـزا می‌شـوند. محیط‌هـای اجتماعـی کـه بـر اسـاس جنسـیت دسـته‌بندی شـده‌اند، همچـون توالت‌هـای عمومـی، تنهـا محیط‌هایـی هسـتند کـه محقیقیـن می‌تواننـد در آن‌هـا، بـا اطمینـان از جنسـیت جامعـه هـدف، نتیجه‌گیـری یـا جمـع‌آوری اطلاعـات کننـد. ایـن روش تحقیقـی بیـش از آن‌کـه بـه تشـابهات ایـن دو بپـردازد، بـه تفاوت‌هـای ایـن دو توجـه دارد.

برانـر[10] و کلسـو[11] (۱۹۸۰) اطلاعـات جالب‌توجهـی در اختیـار مـا قرارمی‌دهنـد. ایـن‌دو در بررسی‌هایشـان نشـان‌داده‌اند کـه میـان دیوارنوشـته‌های دستشـویی‌های مردانـه و زنانـه تفاوت‌هایـی وجـود دارد:

> نوشـته‌های روی سـطوح نشـان می‌دهـد کـه گرافیتی‌هـا در دستشـویی‌های زنانـه و مردانـه در دو زمینـه بنیادیـن دارای تفاوت‌هایـی هسـتند. اول این‌کـه گرافیتی‌هـای زنانـه بیشـتر جنبـه ارتباطـی و دارای خاصیـت برهـم کنشـی هسـتند. مثـلا زنـی سـوالی را بـر دیـوار نوشـته و زنانـی دیگـر بـا جدیـت بـا او همـدردی می‌کننـد یـا پاسـخ می‌دهنـد. درحالی‌کـه در قسـمت مـردان، بیشـتر نوشـته‌های توهین‌آمیـز یـا شـوخی‌های جنسـی بـه چشـم می‌خـورد. گرافیتـی زنـان بیشـتر بـه گفتمـان و دریافـت پاسـخ یـا عکس‌العمـل توجـه دارد در حالـی کـه مـردان بـه ابـراز قـدرت و برتـری و یـا طـرح مسـائل جنسـی می‌پردازنـد.

10 Bruner, E. M.
11 J. P. Kelso



تفاوت آثار بر اساس جنسیت گرافیتی‌نویسان / فافی و دوستان ۲۰۰۸ / استرالیا / آرشیو عکس کلاه استودیو

نگرش جنسیتی به تصاویر و گرافیتی‌ها معمولا در پیوند با گونه‌های دیگر تحقیق (برای مثال فرهنگی یا منطقه‌ای) مورداستفاده قرار می گیرد. همچون تحقیقاتی که اما اوتا[12] و پاولو رانهارت سانتانا[13] درباره تفاوت جنسیتی در لاترینالیا در شهرهای برزیل به انجام رسانیده‌اند. آن‌ها بررسی جنسیتی خود را وابسته به بومیت و فرهنگ مردم یک منطقه خاص ترتیب داده اند. از طرفی دیگر بیشتر مباحث در این زمینه به سمت روانشناسی جنسیتی سوق پیدا می کنند و سعی دارند ویژگی های روانی را بر اساس جنسیت و گاه بر پایه سن و رده اجتماعی مورد توجه قرار دهند. برای نمونه: بررسی تفاوت‌های نوشته‌های دستشوییهای زنانه با مردانه یک دانشکده. طی چند دهه اخیر، بحث‌ها و مقالات دانشگاهی و کتاب‌های متعددی بر اساس این نوع نگاه منتشر شده است.

12 Emma Otta
13 Paulo Rheinhardt Santana

اگـر از دستشـویی‌ها خـارج شـویم و بـه دنیـای گرافیتـی مـورد بحـث خودمـان بازگردیم، گرافیتـی زنـان و بررسـی اشـکال آن و یـا تفاوت‌هـای گرافیتـی مـردان و زنـان از زمینه‌هـای مـورد علاقـه بسـیاری از عکاسـان و نویسـندگان بوده‌اسـت، چـرا کـه در دنیـای گرافیتـی نیـز تفاوت‌هـای مهـم جنسـیتی وجـود دارد. بـرای مثـال امکانـات و راه‌هـای گرافیتـی بـه انـدازه ای کـه بـرای مـردان فراهـم اسـت بـرای زنـان فراهـم نبـوده. زنـان در گرافیتـی بـا مشـکلات بیشـتری مواجـه هسـتند. مکان‌هـای خلوتـی کـه بـرای کشـیدن گرافیتـی انتخـاب می‌شـوند، معمـولا مکان‌هایـی خطرناکـی محسوب‌شـده و بیشـتر زنـان حتـی از ایسـتادن در آن مکان‌هـا پرهیـز می‌کننـد. به‌عـلاوه این‌کـه رفتـن زنـان بـه ایـن مکان‌هـا از نـگاه جامعـه نیـز وجهـه مثبتـی نخواهدداشـت.... همـه این‌هـا از ویژگی‌هایـی هسـتند کـه در دسـته مطالعات‌جنسـیت‌محور مـورد بررسـی قرارمی گیرنـد. در چندیـن سـال گذشـته فیلم‌هـا و کتاب‌هایـی بـر ایـن اسـاس تهیـه و منتشـر شـده‌اند. کتـاب زنـان گرافیتـی[۱۴] یـک نمونـه از ایـن مجموعه‌هـا اسـت و بـه تصاویـر و «بیوگرافـی» منتخبـی از زنان گرافیتـی کار در دنیـا می‌پـردازد.

زمینه زبان‌شناسانه

همان‌طـور کـه از نـام ایـن روش پیداسـت، محقـق در ایـن روش بیشـتر بـر زبـان و یـا نـوع به‌کارگیـری زبـان توسـط صاحـب اثـر یـا نویسـنده گرافیتـی توجـه دارد. یکـی از خواندنی‌تریـن مطالعـات زبان‌شناسـانه در حـوزه گرافیتـی نوشـته‌های گریـدر[۱۵] (**۱۹۷۳**) اسـت.او از دیوارنـگاران مکزیکـی نمونـه مـی‌آورد کـه در کنـار امضـای خـود، نوشـته «کـن سـافوس[۱۶]» یـا مخفـف آن «سـی.اس» را می‌نویسـند کـهماننـد توهیـن و تحقیـری اسـت بـه پـاک کننـده و یـا تغییـر دهنـده نقـش روی دیـوار. آنـان بدین‌ترتیـب از اثرشـان در برابـر تخریـب یـا پاک‌شـدن محافظـت می‌کننـد. او اشـاره می‌کنـد کـه «کـن سـافوس» تنهـا یـک جملـه مـن در آوردی نیسـت بلکـه بـر اسـطوره کشته‌شـدن «مدوسـا» به‌دسـت برسـاوش دلالـت‌دارد! بدین‌ترتیـب می‌بینیـم کـه این گونـه مطالعـه بـه شـیوه‌های انعـکاس یـا تبلـور زبانی‌خـاص در دل جامعـه و کاربـرد آن توجـه دارد. یعنـی رویکـردی فرهنگـی و

14 Graffiti Women
15 Grider, S. A.
16 Con Safos



بیایید سر در بیاوریم / کونتو، زیروک و تیزون ۲۰۱۴ / ماریبو - اسلوانی / آرشیوعکس کلاه استودیو

زبان‌شناسانه در مطالعه و توجه به گرافیتی.

بررسی‌های تحلیلی دیگر در این مورد را در آثار نیرنبرگ[17] **۱۹۸۳** و روموتسکی[18] **۱۹۷٤** نیز مشاهده می‌کنیم. مباحثی از جمله نقش مثل‌ها و بازی‌های زبانی در گرافیتی، ارتباط گرافیتی با زبان طنزآمیز، الگوهای نام‌گذاری در گرافیتی و بسیاری عناوین دیگر. چنین مطالعاتی در صورت هماهنگ‌شدن با مطالعات منطقه‌ای و بومی، بیانگر واقعیات زیادی از چگونگی ساختارهای زبانی در میان جوانان هستند و نقش تعیین کننده‌ای در بررسی جایگاه زبان در جامعه ایفا می‌کنند. به علاوه می‌توانند داده‌های زیادی را درباره بخش‌های زنده و کارکردمند زبان و ادبیات در فرهنگ عامه به‌دست دهند. در همین کتاب، باری دیگر درباره ارتباط گرافیتی با زبان‌شناسی صحبت خواهد شد.

17 Niernberg, J.
18 Romotsky, J. ,Romotsky, S.

زمینه فولکلوریک

در ایـن روش مطالعـه همان‌طـور کـه پیداسـت، بومیـت بیـش از هـر چیـز مـورد توجـه محقـق اسـت و ارتبـاط و تاثیـرات عناصـر و عوامـل بومـی بـر گرافیتـیِ یـک زیسـت‌بوم و یـا نسـبت آن بـا بومیّت‌های دیگـر مـورد بررسـی قـرار می گیـرد. چنیـن روشـی گاه در مـواردی محـدود و خـاص نتیجه گیری‌هـای قابـل ملاحظـه‌ای به‌دسـت‌می‌دهد ولـی در اکثـر مواقـع، این گونـه بررسـی‌ها تبدیـل بـه آرشـیوهایی می‌شـوند کـه تنهـا بیان‌کننـده تجربـه شـخصی یـا انتخـاب محقـق هسـتند. گاهـی نیـز تنهـا براسـاس دسترسـی محقـق بـه یـک یـا چنـد منطقـه خـاص سـازماندهی می‌شـوند، بنابرایـن محدودیـت اعتبـار ایـن روش در اکثـر مـوارد بایـد مـورد توجـه قـرار گیـرد.

ریـد[۱۹] در **۱۹۷۷** طـی سـفری توریسـتی بـه ایالات‌متحـده، از مناطـق دیدنـی ای چـون پـارک ملی(مربـوط بـه **۱۹۲۰**) دیـدن کـرد و از نقاشـی‌های قومـی آن منطقـه عکـس و اطلاعـات تهیه‌کـرد. او اطلاعـات کوتـاه و مختصـری بـرای توضیـح ایـن گرافیتی‌هـا می‌دهـد، امـا تاریـخ و محـل همـه آن‌هـا را دقیـق و به‌تفصیـل معین‌کـرده. بنابرایـن تحقیـق «ریـد» تنهـا آلبوم‌عکسـی اسـت از ایـن گرافیتی‌هـا.

بایـد در نظـر داشـت کـه بسـیاری از کتبـی کـه در بـاره گرافیتـی بومـی منتشـر می‌شـوند بیشـتر مجموعه‌هایی‌سـرگرم‌کننده انـد تـا قابـل مطالعـه و تنهـا در تعـداد اندکـی از آن‌هـا اطلاعاتـی قابل‌ارزیابـی دربـاره ارتبـاط بیـن فرهنگ‌هـای بومـی و نقاشـی‌های دیـواری یـا گرافیتی‌هـا به‌دسـت می‌آیـد.

زمینه کمی

در ایـن روش بیـش از محتـوا بـه تعـدد زمینه‌هـا و گونه‌هـای گرافیتـی و کمیـت انـواع

19 Read, A. W.

آن‌ها توجه می‌شود. بیتس[20] و مارتین[21] (۱۹۸۰) توانستند شانزده زمینه متمایز برای گرافیتی در محوطه دانشکده ماساچوست تعریف کنند. این گونه بررسی‌ها بر اساس جنسیت، ابزار مورد استفاده، محل و بقیه متغیرها انجام گرفته و حاصل آن‌ها به طور معمول انبوهی از داده‌های آماری است. برای مثال این‌که چه تعداد از گرافیتی‌ها با اسپر ی رنگ انجام شده‌اند و چه تعداد با گچ یا قلم نقاشی؟ و مواردی از این قبیل.

زمینه انگیزشی

چرا بعضی از مردم گرافیتی می‌کشند؟ این سوال اصلی در این روش از مطالعه است.یعنی بحثی که از تفاوت انگیزه شخص دیوارنگار با دیگر افراد جامعه یا فرهنگ خبر می‌دهد و علل آن را جویا می‌شود یا در مواقعی از تفاوت انگیزه میان خود دیوارنویسان بحث می‌کند. چنین نگرشی در اغلب موارد، درخلال و همسو با دیدگاه‌های نفی گرایانه به کارگرفته‌می‌شود اما در مطالعات‌روانشناسانه نیز مباحثات در باره علل و جنبه‌های انگیزشی گرافیتی کم نیستند.

بلوم[22] در **۱۹۸۵** فهرستی از زمینه‌های انگیزشی نوشتن گرافیتی تهیه کرد. او به دو گروه و برای هر یک به شانزده زیرگروه دست‌یافت. درصفحه رو به رو، تصویری از دیاگرام تهیه شده از جدول زمینه‌های بلوم را مشاهده می‌کنید. این نمونه یکی از روشن‌ترین موارد این بررسی‌هاست. تنها مشکلی که در این گونه مطالعات به چشم می‌خورد، مشکل در اختصاص واژگان و اصطلاحاتی است که از طرف محققین مختلف مورد استفاده قرار می گیرد چرا که ارایه تعریفی دقیق و قابل تعمیم از آن‌ها امکان پذیر نمی‌باشد.

20 Bates, J.A.
21 Martin, M.
22 Regina Blume



دیاگرام بلوم/ طبقه‌بندی انگیزه‌های خلق گرافیتی / سایت آرت‌کرایمز

زمینه نفی گرا

بیشتر سازمان‌های مجری قانون، سیاستمداران، شهروندان درجه یک و صاحبان قدرت، با منع گرافیتی موافق‌اند. از سویی به بهانه فضای منفی که گرافیتی در ذهن جامعه ایجاد می کند و از طرفی دیگر به علت خسارت مالی ناشی از پاک‌سازی سطوح شهری. این تنها نوع نگاه ومطالعه است که این پدیده را از ابتدای کار جرم تلقی کرده و امری ضداجتماعی می‌داند: امری شایسته سرکوب شدن.

کافیلد[۲۳] در کتابش با عنوان گرافیتی و خرابکاری(۱۹۹۱) به راه‌ها و امکاناتی که برای مبارزه با گرافیتی در بریتانیا به‌کارمی‌رود، از قبیل برنامه‌های آموزشی، کشیک دادن همسایه‌ها و... می‌پردازد. گلیزر (۱۹۷۹) و استوارت(۱۹۸۷) نیز در این مورد مطالبی منتشر کرده‌اند. ادارات پلیس در تمامی دنیا بودجه‌های مناسبی را برای این گونه تحقیقات و منابع اختصاص می‌دهند و همیشه اندیشمندانی هستند که یا به علت موافقت با این نوع نگاه و یا به سبب درآمد خوبی که از این راه نصیب آن‌ها می‌شود، به چنین پژوهش هایی می‌پردازند.

23 Frank Coffield



گرافیتی در خدمت تبلیغات خیابانی / پیتزا فروشی کِرلی جو / ملبورن / آرشیو عکس کلاه استودیو

زمینه تبلیغاتی

بررسی گرافیتی در زمینه تبلیغاتی از دو جهت موردتوجه است. یکی توجه بازاریابان به آن‌چه درون خرده‌فرهنگ گرافیتی می‌تواند خریدار داشته‌باشد و دیگر توجه به آن‌چه از بطن این خرده‌فرهنگ تولید شده و قابل عرضه به جامعه است.

کتاب‌های مملو از عکس طرفدارانی فراوان دارندو هر کسی با مراجعه به کتاب‌فروشی‌ها می‌تواند بفهمد که چرا ناشران تا این اندازه به انتشار این قبیل کتب علاقه نشان می‌دهند.این کتاب‌ها که بیشتر بازار گرافیتی را تشکیل می‌دهند، یک روش خاص مطالعاتی را دنبال نمی‌کنند، بلکه به منظور ارایه یک آلبوم عکس تهیه‌شده‌اند و بیشتر آرشیوهایی گلچین‌شده برای سرگرمی یا آشنایی بیننده‌اند. در اغلب این کتاب‌ها اطلاعات ویژه‌ای ارایه نشده، جز آدرس محل عکاسی و نوشته‌هایی شخصی یا خاطره‌وار از مولف، که گاه حتی از یک صفحه تجاوز نمی‌کنند. این کتاب‌ها به‌همان اندازه ای که جذاب هستند، فاقد اطلاعات مفید در باره هنر یا پدیده گرافیتی‌اند. در واقع این کتب به غایت از دنیای گرافیتی دور

هستند، هرچند که به لحاظ بازاریابی، موفق و برای عموم قابل قبول جلوه می کنند. امروزه تمام اصول و ایده آل‌های گرافیتی به شکل تیشرت‌ها، لیوان‌ها و بازی‌های کامپیوتری تبدیل به کالا شده و فروخته می‌شوند. مثلا شعارهای مخالفت با انرژی اتمی در اروپا به سرعت تبدیل به تی‌شرت‌ها و آویزهای تزیینی شدند. بنابراین نگاه تبلیغاتی به گرافیتی معمولا در راستای استفاده مادی از دست‌آوردهای آن بوده و همواره در جستجوی عناصری است که بتواند محبوبیت آن‌ها را زمینه تولید وعرضه محصولات تجاری جدیدتر به بازارمصرف قراردهد.

تحلیل شخصی در تحقیق

در برخی کتب و تحقیقات در باره گرافیتی، اظهار نظرات شخصی به عنوان گزاره قابل ارجاع یا واقعیت علمی مورد استناد قرار می گیرد. اظهارنظر شخصی از طرفی می‌تواند به استحکام نتیجه تحقیق ضربه وارد کند و از طرفی دیگر می‌تواندجالب توجه باشد، به همین سبب به نمونه‌هایی از آن اشاره خواهیم داشت.

یکی از نمونه‌های تحقیق بر پایه تصورات فردی، تحقیقی است که لندی[۲۴] و اشتیله[۲۵] با نام «گرافیتی، کارکرد بخشیدن به ساختمان‌ها» (۱۹۶۷) منتشر کردند.

این دو محقق با استفاده از یک دسته محدود از اطلاعات به این نتیجه رسیدند که گرافیتی‌ها روی ساختمان‌هایی ویژه کشیده‌می‌شوند و نه صرفا روی ساختمان‌هایی که عبور و مرور بیشتری دارند. این دو با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده‌شان، نتیجه‌ای منطقی را مطرح کرده اند اما در ادامه مدعی شده‌اند که:

> در دستشویی‌های مردانه همه جا کاملا با گرافیتی و نوشته‌ها پر شده است، اما در دستشویی‌های زنانه چنین چیزی دیده نمی‌شود زیرا

24 Landy, E.
25 Steele, J.M.

زنـان بیشـتر در دستشـویی سـیگار می‌کشـند، ایـن بـه دلیـل ایـن اسـت کـه حـس جـاه‌طلبانـه در مـردان بـا گرافیتـی ارضـا مـی شـود امـا در زنـان بـا سـیگار!

امـا این گونـه نتیجه‌گیری‌هـا، بـه خصـوص این‌کـه چـرا مـردان در دستشـویی‌ها سـیگار نمی‌کشـند و چـرا زنـان گرافیتـی نمی‌کشـند، هیچ گونـه ارتباطـی بـا اطلاعـات و شـواهد مـورد مطالعه‌شـان نداشـته و کامـلا اظهارنظـری شـخصی محسـوب می‌شـود.

ریزنـر[26] در **۱۹۶۷،** مجموعـه ای از گرافیتـی دستشـویی‌ها در همـه شـهرهای ایـالات متحـده را جمـع آوری و آن‌هـا را براسـاس موضـوع دسـته‌بندی کـرده اسـت. دسـته‌های ریزنـر نام‌هایـی چنیـن دارنـد: « طعنـه و بدبینـی» یـا «نوشـته‌های عاشـقانه-همجنس گرایانه» و از ایـن دسـت عناویـن. حـال انتخـاب این‌کـه هـر گرافیتـی بـه کـدام دسـته متعلق‌اسـت، امـری اسـت کاملا ذهنـی و بـدون تعریـف ثابـت و دقیـق. وی هیـچ اطلاعاتـی جـز مـکان گرافیتی‌هـا ارائـه نمی‌دهـد. همچنیـن در فصلـی از تحقیقـش تحت‌عنـوان «لاف‌زنـی»، بـه اظهارنظـر شـخصی دربـاره گرافیتـی پرداختـه اسـت:

اغلـب ایـن نوشـته‌ها را آدم‌هایـی تنهـا می‌نویسـند، آدم‌هایـی کـه از اجتمـاع طـرد شـده‌اند، کسـانی کـه نـه در اجتمـاع موفـق بوده‌انـد و نـه در محیـط‌کار...

ریزنـر در مـوارد بسـیاری نظرهـای شـخصی خـودش را بیـان می‌کنـد، کـه اغلـب کلیشـه‌ای و فاقـد اطلاعـات قابل‌اتـکا هسـتند. باتوجـه بـه این‌کـه او بـا هیچ‌یـک از هنرمنـدان گرافیتـی یـا گرافیتـی نویس‌هـای دستشـویی‌ها نیـز مصاحبـه یـا گفت‌وگـو نکـرده اسـت (بنـا بـر اطلاعـات موجـود در کتاب)، پـس اطلاعـات او بر اسـاس برداشـت‌های شـخصی و آن‌چـه در مجـلات و کتاب‌هـای دیگـر خوانده‌اسـت بناشـده انـد. در حقیقـت مسـتندات او نیـز بـر اسـاس سلیقه‌شـخصی گـردآوری و دسـته‌بندی شـده انـد. بـه هـر حـال گرافیتی‌نویـس زندگـی دیگـری را تجربـه می‌کنـد کـه بـی نهایـت از زندگـی یـک

26 Reisner, R.

محقــق صــرف جداســت و تحلیــل معیارهــای گرافیتــی کاران بــر اســاس باورهــای ذهنــی یــک محقــق کاری بیهــوده بــه نظــر می‌رســد. بنابرایــن اســتفاده از روش هــای علمــی و قابــل اســتناد و مطالعــه چندبعــدی در ایــن مقولــه، در شــکل گیری هرگونــه پژوهــش معتبــر دربــاره گرافیتــی نقشــی اساســی ایفــا می کنــد.

در بحــث اخیــر بــا زمینه‌هــای مختلــف مطالعــه و بررســی در بــاره گرافیتــی آشــنا شــدیم و کلیاتــی از نظــرات متفــاوت اندیشــمندان و محققیــن درخصــوص ایــن پدیــده را موردتوجــه قراردادیــم. امــا بدنیســت بــرای آشــنایی و کنــد وکاو بیشــتر، بــه چنــد مفهــوم و پدیــده دیگــر اجتماعــی، کــه هریــک بــه نوعــی بــا گرافیتــی مرتبــط هســتند توجــه کنیــم. دیــدن گرافیتــی در ارتبــاط بــا ایــن مفاهیــم می‌توانــد مــا را به‌ســوی شــناختی همه‌جانبــه از ایــن پدیــده ســوق د هد .


#EYESOPEN
MILAN





نسبت گرافیتی با دیگر مفاهیم و پدیده‌ها

گرافیتی: اعتراض

گرافیتی قبل از هر چیز به هدف بیان آزاد، سکوت دیوارها را می‌شکند و یک اعتراض است. دست کم اعتراضی است به سکوت دیوارهای خاکستری. یکی از علل مخالفت بنیادی نهادهای حاکم با گرافیتی، آگاهی از همین پتانسیل نهفته در کار گرافیتی‌نویس‌ها ست. اغلب مردم، گرافیتی را نوشته یا نقاشی‌ای سر دستی و از روی تفنن یا بی‌فرهنگی قلمداد می‌کنند. اما گرافیتی، در واقع حاوی دو قدرت درونی است: نخست امکان تجربه جهان‌های گوناگون و بَر سازی اشکال جدید ذهنی و سپس توان بیان اعتراضی، به شکلی آگاهانه یا حتی ناآگاهانه. همین موضوع را می‌توان در موسیقی رپ امروزی نیز دید. فرهنگ هیپ‌هاپ که ریشه در فرهنگ اعتراضی سیاهان ایالات متحده داشته و امروزه در همه جای دنیا تبدیل



گرافیتی اعتراضی / سن‌سباستین ۲۰۱۲ / آرشیو عکس کلاه استودیو

به خرده‌فرهنگی مصرف گرا شده است، از همین امکان بر خوردار است. تنها محدودیت موسیقی رپ، وابستگی به زبان است که آن را نسبت به گرافیتی که به زبان تصویر دست به بیان می‌زند محدودتر می‌سازد.

بودریار گرافیتی را به مثابه یک فریاد قلمداد کرد: یک زنگ‌خطر؛ یک ضد گفتمان. او این پدیده را طبیعت زندگی شهری دانست: پدیده‌ای که ابتدا در گتوهای حاشیه شهر، در محله‌های سیاهان سربرآورد و به‌تدریج به شهر سفید قدم گذاشت. گرافیتی در مقابله با زبان‌تصویریِ نشانه‌ها و بیلبوردهای رسمی، به ساختن و زندگی بخشیدن به سیستمی تصویری، پویا و پیش رونده دست می‌زند. عده ای از نظریه پردازان هنری گرافیتی را یک هنرِ پیوسته در ارتباط با هنر اجرا(پرفورمانس) بر می‌شمارند، چرا که دیدنِ یک فرد درِ حین نقاشی کشیدن بر دیوار، به خودی خود مواجهه با یک اثر «هنرِ اجرایی» به حساب می‌آید. گرافیتی را از بُعد اجرایی و نمایشی نگاه کنید: شاهد نمایشی از حرکات بدن، شبیه به رقص، خواهید بود. رقصی در دل شهر. درتاریکی‌شب بدنی در حرکت است و از خودخط و رنگ برجای می گذارد. هیچ‌یک از این صحنه‌ها دوباره اجرا نخواهد شد. همه چیز در لحظه انجام

شـده وخاتمـه می‌یابـد. حتـی خـود نقاشـی بـه عنـوان تنهـا بازمانـده ایـن اتفـاق، در نهایـت ازمیـان خواهدرفـت.

بـه نظریـه میخایـل باختیـن[1] در بـاره کارنـاوال توجـه کنیـد. باختیـن تعریفـی فـرای یـک جشـنواره فرهنگـی بـه کارنـاوال می‌دهـد. او کارنـاوال را دارای کارکـردی آلترناتیـو در مواجهـه بـا نظام‌کنونـی دنیـا می‌دانـد. یـک فضـای اجتماعـی آلترناتیـو کـه در آن ایسـتایی، تعریف‌شـدگی و نظام‌طبقاتـی معنـای خـود را از دسـت داده و بـرای مدتـی محـدود همـه شـرکت‌کنندگان در آن تبدیـل بـه پایانه‌هـای هم‌تـراز می‌شـوند. در کارنـاوال، قـدرت دچـار معنـا باختگـی شـده و حضـور خـود را کمرنـگ می‌بینـد. از نـگاه باختیـن، کارنـاوال یـک فرصـت اسـت کـه مـا روابـط اجتماعـی را بـه نوعـی دیگـر تجربه‌کنیـم، بـه شـیوه ای کامـلا متضـاد بـا سـاختار قوانیـن و تک گویی‌هـای روزمـره. کارنـاوال صحنـه ای اسـت کـه بازیگرانـش خـود آن هسـتند و همـه در آن نقشـی برابـر ایفـا می‌کننـد و کسـی حقـی بیشـتر از دیگـری نـدارد. ایـن تعریـف کامـلا بـا مفهـوم گرافیتـی برابـری می‌کنـد. گرافیتی‌نویـس بـا نادیده‌گرفتـن قوانیـن شـهری، خـود را بـه عنـوان عضـوی برابـر در شـهر و محیـط زندگـی، دارای حـق بیـان قلمـداد می‌کنـد، هرچنـد ایـن بیـان از طـرف افـراد دیگـر جامعـه بـه رسـمیت شـناخته نشـده باشـد.

گرافیتـی می‌توانـد بـرای زیبایـی خلـق نشـده باشـد یـا شـاید بهتـر باشـد بگوییـم کـه مبنـای زیبایی‌شناسـی آن می‌توانـد صرفـا «بصـری» نباشـد. زیبایـی شناسـیِ اعتـراض بـا زبان‌گرافیتـی، بیشـتر بسـته بـه پیامـی اسـت کـه از خـود منتشـر می‌کنـد و نـه تصویـری کـه نقـش می‌بنـدد. بی‌شـک شـابلون چهـره یـک رهبـر انقلابـی بـه زیبایـی دختـرکان تمـام رنگـی روی بیلبوردهـای شـهر نیسـت، امـا پیـام گرافیتـی از اعتراضـی خبـر می‌دهـد کـه روی دیـوار ثبـت شـده اسـت. در این‌جـا اولویـت گرافیتـی ارتبـاط و اظهارنظـر اسـت و نـه ابـراز وجـود؛ اگرچـه ابـراز وجـود «گرافیتی‌نویـس» خـود ابـراز وجود«اعتـراض» اسـت.

1 Mikhail Bakhtin

گرافیتی: حاکمیت

از نگاه دولتمردان یا مجریان نظم در شهرها، معمولا گرافیتی به دلایلی از جمله دلایل هفت گانه‌ای که در ادامه می‌آیند، مزاحم و مخرب نظم اجتماعی شناخته می‌شود. در همه این موراد، گرافیتی را امری مجرمانه یا در ارتباط با امور مجرمانه تلقی کرده‌اند:

–تاثیر بر ارزش املاک: محله‌هایی که گرافیتی در آن‌ها کشیده می‌شود، معمولا از مقبولیت کمتری برخوردار شده و قیمت املاک در آن‌ها کاهش می‌یابد.

–تاثیر بر رونق کسب و کار: وقتی گرافیتی به در و دیوار محله ای هجوم می‌برد، اعتماد و حس امنیت عابرین در آن محله کاهش‌یافته و خرید در این محله‌ها کمتر می‌شود.

–تاثیر عمومی بر سلامت جامعه: گرافیتی تاثیر منفی بر لذت شهروندان از فضاهای عمومی از جمله پارک‌ها، محله‌ها و گذرها می‌گذارد. گاه یک گرافیتی، حاوی تصویری است که شاید عده ای از شهروندان مایل به دیدن آن نبوده یا برای دیدن آن آمادگی نداشته باشند.

–کاهش توریسم: گرافیتی آرامش توریست‌ها را سلب کرده و همه شهرها را شبیه به هم می‌کند. علاوه بر این، توریست‌ها در محیط‌های پر از گرافیتی احساس عدم امنیت می‌کنند.

–ضربه به تجارت: وقتی دیوار یک شرکت بزرگ یا ملک تجاری را با گرافیتی کثیف می‌کنند، اسباب نا رضایتی و نا امنی در محیط حرفه ای را فراهم‌می‌آورند.

–دعوت شهروندان به خرابکاری: گرافیتی‌ها اگر در اسرع وقت پاک

نشـــوند، باعـــث هجـــوم گرافیتی‌هـــای دیگـــر می‌شـــوند. باقی‌مانـــدن گرافیتـــی روی یـک دیـوار ایـن پیـام را مخابـره می‌کنـد کـه کسـی بـه فکـر این‌جـا نیسـت. پـس یـک نامـه دعـوت بـه خرابـکاران دیگـر اسـت: تیـوری پنجـره شکسـته.

–تحریـک افـکار عمومـی: گرافیتـی امـکان اعتراضـات سیاسـی و اتحـاد مـردم را فراهـم مـی‌آورد و اگـر بـا آن برخـورد نشـود می‌توانـد افـکار عمومـی را تحـت تاثیـر قـرار دهـد.

در برخـــی کشـــورها و در برخـــی ســـطوح، علت‌هـــای سیاســـی بیـــش از دیگـــر علـــل در اولویـــت هســـتند. بـــرای مثـــال هـــراس دولت‌هـــای خودکامـــه از نمودیافتـــن نارضایتی‌های‌عمومـــی می‌توانـــد از جمله‌دلایـــل نفـــی شـــدید گرافیتـــی در برخی‌کشـــورها و بعضـــی موقعیت‌هـــای تاریخـــی باشـــد.

حـــال ایـــن ســـوال مطرح‌اســـت کـــه افـــرادی کـــه بـــه دلایـــل بـــالا بـــا گرافیتـــی مخالفـــت می‌کننـــد، چـــه تصـــور یـــا شـــناختی از دشـــمنان‌خود یعنی گرافیتـــی‌کاران دارنـــد. نـــگاه پیش‌داورانـــه ایـــن افـــراد گرافیتی‌کارهـــا را شـــیفته شـــهرت، یاغـــی یـــا ســـرکش، خـــود محـــور و علاقـــه منـــد بـــه جلب‌توجـــه قلمـــداد می‌کنـــد. همان‌طـــور کـــه پیـــش تـــر هـــم اشـــاره شـــد، ژان بودریـــار در مقالـــه اش بـــه عنـــوان کـــول کیلـــر (یـــا شـــورش نشـــانه‌ها)، در بـــاره گرافیتـــی صحبـــت کـــرد. او توضیـــح داد کـــه چطـــور در جامعـــه نویـــن، نشـــانه‌ها نـــه بـــر اســـاس زور بلکـــه بـــر اســـاس تفـــاوت عمـــل می‌کننـــد. بدیـــن ترتیـــب گرافیتـــی بـــا اتـــکا بـــر تفـــاوت اساســـی اش بـــا باقی‌تصاویـــر، علایـــم و نشـــانه‌های رســـمی موجـــود در شـــهر، کارکـــردی در ضدیـــت بـــا نظـــم و پاکیزگـــی شـــهر ایفـــا می‌کنـــد.

نمونه‌هـــای بی‌شـــماری درخصـــوص نابه‌جابـــودن مخالفت‌هـــای حاکمیتـــی وجـــود دارد امـــا معمـــولا مسایل‌سیاســـی یـــا اقتصـــادیِ پشـــت پـــرده حاکمیـــت، مجالـــی بـــرای پرداختـــن بـــه ایـــن مـــوارد باقی‌نمی گـــذارد.



(غیر) قانونی / اسکوریاتزا ۲۰۱۲ / آرشیو عکس کلاه استودیو

یکی از بهترین مثال‌ها در باره اشتباه بودن، یا دست کم عدم کفایت معیارهای حاکمیتی، می‌تواند نقاشی بلو[2] (هنرمند ایتالیایی) در برلین باشد :

> در محله «کرویتزبرگ» در برلین، خانه‌های مشرف به یک اثر گرافیتی از بلو- هنرمند ایتالیایی- با افزایش فاحش قیمت اجاره مواجه شدند. مشتریان جدید هنردوستانی هستند از کشورهای مختلف و برای این‌که بتوانند پنجره ای رو به نقاشی این هنرمند داشته باشند، حاضر به پرداخت مبلغ بسیار بیشتری بابت اجاره خانه‌ها هستند، به طوری که صاحبان املاک به طمع اخذ اجاره بیشتر از توریست‌ها، مستاجرهای اصلی را از خانه‌ها بیرون کرده و خانه‌ها را در اختیار هنردوستان قرار می‌دهند.

در این نمونه وجود یک اثر گرافیتی روی دیوار، باعث بالارفتن قیمت خانه‌های مشرف به آن دیوار در تمامی محله شد! به هرحال اگر گرافیتی را به عنوان نقاشی

2 Blu

کشـیدن یـا نوشـتن بـدون اجـازه تلقـی کنیـم، آن‌گاه بایـد قبول‌کنیـم کـه هنـوز در همه‌جـای دنیـا «جـرم» شـناخته شـده و بـه اقتضـای طبیعـت مجرمانـه‌اش، بـا احـکام قضایـی مواجـه اسـت. در ادامـه نمونه‌هایـی از جریمـه و عواقـب گرافیتـی کشـیدن در چنـد شـهر دنیـا را مـورد توجـه قـرار می‌دهیـم.

در لـوس آنجلـس بـرای یـک گرافیتـی کـه بیـش از **۴۰۰** دلار خسـارت مالـی بـه صاحـب ملـک وارد کرده‌باشـد تـا مـرز ده هـزار دلار و یک‌سـال زنـدان در نظـر گرفتـه شـده اسـت. اگـر میـزان خسـارت زیـر **۴۰۰** دلار باشـد، حکـم می‌توانـد بـه شـش مـاه زنـدان و پرداخـت هـزار دلار کاهش‌یابـد.

در لنـــدن در ســـال **۲۰۰۵** مبلـــغ جریمـــه ثابـــت **۷۵** پونـــد بـــرای هـــر نـــوع دســـتکاری غیـــر مجـــاز امـــوال عمومـــی در نظـــر گرفتـــه شـــده ولـــی جریمه‌هـــای خـــاص گرافیتـــی می‌تواننـــد تـــا ســـقف پنـــج هـــزار پنـــد نیـــز صـــادر شـــوند.

در هنـد جریمـه گرافیتـی پنجـاه هـزار روپیـه و یـک سـال زنـدان گـزارش شـده است .

در برلیـــن جریمـــه اســـتیکر چســـبانی **۱۵** یـــورو اســـت در حالـــی کـــه جریمه‌هـــای مربـــوط بـــه گرافیتـــی، بـــه حکـــم دادگاه می‌تواننـــد تـــا پنجـــاه هـــزار یـــورو و بیشـــتر هـــم برســـند. پلیـــس بـــه هیـــچ عنـــوان اجـــازه برخـــورد فیزیکـــی بـــا مجـــرم را نداشـــته و در لحظـــه دســـتگیری، جـــز یادداشـــت‌کردن شـــماره کارت‌هویـــت او هیـــچ برخوردفیزیکـــی یـــا خشـــونتی از خـــود بـــروز نمـــی دهـــد.

در سـنگاپور قوانیـن گرافیتـی بسـیار سـخت گیرانـه اسـت. پلیـس برخـورد سرسـختانه بـا گرافیتـی کارهـا دارد.

در بوگوتـا پلیـس کاری بـه گرافیتـی نـدارد و تقریبـا کشـیدن گرافیتـی در همـه جـای شـهر، تـا جایـی کـه صاحـب ملـک شـخصا شـکایتی نداشـته باشـد، مجـاز اسـت.

در نیویورک، گرافیتی‌نویس‌های دستگیر شده را به کار عام المنفعه می‌گمارند. یکی از این کارها پاک کردن گرافیتی‌های مختلف از سطح شهر است. در مواقعی که گرافیتی‌کاری سال‌ها به کار خود ادامه دهد و برای بار دوم یا سوم دستگیر شود، با جریمه‌های سنگین مالی مواجه خواهد شد. برای مثال اگر صاحب ملک درخواست کند که تمامی سنگ نمای ساختمان او باید عوض شود، تمامی هزینه هزاران دلاری تعویض نما به عهده گرافیتی کار خواهد بود.

در ایران قانون خاصی در رابطه با گرافیتی وجود ندارد. از این گذشته به علت نگاه و جو سیاسی حاکم بر کشور، گرافیتی‌ها به عنوان امری براندازو خطرساز، همیشه در معرض هجوم دستگاه انتظامی و اطلاعاتی بوده‌اند. گرافیتی کشیدن معمولا در ایران برای کسی جریمه مالی به همراه نداشته است اما آدم ربایی، دستگیری، بازداشت، ضرب و شتم و... در ایران تجربه شده‌اند.

گرافیتی: ریسک و هیجان

یکی از ویژگی‌های فردی گرافیتی‌نویسان ریسک‌پذیر بودنشان است. گرافیتی‌نویس ها به ریسک علاقه دارند. آن‌ها کارهای پر مخاطره ای انجام می دهند. از همان ابتدای کار ریسک‌پذیر هستند. ریسک گرافیتی فقط در رابطه با پلیس و احتمال دستگیری نیست، بلکه در گرافیتی خطرات دیگری نیز وجود دارد. خطر حضور شبانه در محله‌های مختلف شهر از طرفی و خطر کارکردن با اسپری‌های رنگ از طرفی دیگر، قبل ازخطر دستگیری یا مشکلات قضایی، پیش پای آنان است.

از این گذشته، آن‌ها یک ریسک هویتی نیز انجام می دهند. با توجه به این‌که رسیدن به مرحله‌های بالاتر شهرت و محبوبیت یا دوام آوردن و کسب احترام در این خرده‌فرهنگ نیازمند تلاش و کار بسیار است، هر گرافیتی‌نویس هویت خود را نیز



گرافیتی در فضای داخلی یک ساختمان رها شده / سن لویی ۲۰۱۲ / آرشیو عکس کلاه استودیو

بــه آزمایــش می گــذارد. او بــه ایــن فکــر می کنــد کــه آیــا تــوان رقابــت بــا دیگــران را دارد؟ بعــد از پیــدا کــردن پاســخ ایــن ســوال اســت کــه پــا بــه صحنــه گرافیتــی می گــذارد: او بایــد ریســک‌هایی را بــه جــان خریــده باشــد.

صحنــه داخلــی گرافیتــی را می‌تــوان صحنــه یــک رقابــت پیچیــده و همــه جانبــه دانســت. رقابــت گرافیتی‌نویس هــا بــا هــم و رقابــت آنــان بــا سیســتم انتظامــات شــهری. دســتگاه انتظاماتــی وظیفــه خــود می‌دانــد کــه شــهر را منظــم و از آلودگــی تصویری بــه دور نگاه دارد. معمــولا بــرای ایــن کار نیــروی انســانی بســیار و هزینه‌هــای هنگفتــی صــرف می‌شــود. تحقیقــات و امکانــات کنترلــی هــر روز جدیــد تــر می‌شــوند امــا ایــن به‌روزرســانی‌های ابــزار و ادوات کنترلــی و پیشــگیرانه، بــرای گرافیتی‌نویس هــا، نــه یــک خطــر بلکــه چالشــی جدیــد و هیجان‌انگیــز محســوب می‌شــوند. بعضــی از جامعه‌شناســان ایــن را یکــی از جوانــب ســرگرم کننــده و هیجــان انگیــز گرافیتــی دانســته‌اند و بــر ایــن عقیده‌انــد کــه ایــن خــود منجــر بــه جاذبــه بیشــتر گرافیتــی بــرای جوانــان می‌شــود. فــرل[3] معتقــد اســت کــه آدرنالیــن و هیجــان از ویژگی‌هــای مشــترک تجربــه گرافیتی‌کارهــا بــوده و یــک نــوع هنــر کــه

3 Jeff Ferrell

در هیجان بالا خلق می‌شود را ایجاد کرده است. اگر منعی در میان نباشد، گرافیتی امری حوصله سر بر و تفریحی هنری خواهد بود. وایت[4] به گفته فرل این گونه می‌افزاید که ریسک پذیری گرافیتی‌نویس ها برای نقاشی در جاهای غیر قانونی، حاوی پیامی است برای مدیران شهری، پیامی که می گوید : «قوانین و مرز بندی‌های شما برای ما رسمیتی ندارند». هلسی[5] و یونگ[6] لذت ناشی از این قانون شکنی را به لذت حاصل از مصرف موادمحرک یا روان گردان تشبیه کرده‌اند. به هر حال بازی موش‌وگربه در گرافیتی نقشی تعیین کننده دارد. گرافیتی‌نویس ها معمولا بازی را برای برد انجام نمی‌دهند بلکه برای هیجان آن انجام می‌دهند. گرافیتی‌نویس ها یا هنرمندان‌خیابانی، برای اجرای اثر خود رسیک می کنند و هیجان ناشی از این کار، در آثارشان و تجربه هنری‌شان نیز اثر گذار است، از این رو نمی‌توان لذت گرافیتی را بدون قبول ریسک و هیجان آن به درستی تجربه کرد.

گرافیتی: هنر آوانگارد

بحث درباره چیستی هنر بحثی است گسترده و در جایگاه خود توسط اندیشمندان زیادی مورد تحلیل قرار گرفته و می گیرد. تمرکز ما در این جا بر هنرخیابانی است. آیا گرافیتی هنری است که در خیابان اتفاق می‌افتد؟ هنرعمومی دربرگیرنده همه تصاویری است که در محیط‌های عمومی و با مقاصد هنری(همان‌طور که قبل تر اشاره شد) اجرا یا نمایش داده می‌شوند. این آثار را نیز باید در سه دسته مجزا طبقه‌بندی کرد. دسته اول هنر شهری یا هنر عمومی است: برای مثال مجسمه‌های میادین یا نقاشی‌های‌دیواری (به غیر از پروپاگانداها و یادبودها) و حتی آثار معماری را باید به این دسته متعلق دانست. دسته دیگر کاریکاتورهای رسانه ای و آثار گرافیک و یا پوسترها هستند که بسته به باز بودن فضای ارتباطی در جوامع می‌توانند آشکارا یا پنهانی به حیات خود ادامه داده و انتشار یابند. دسته دیگر که ما آن را تحت عنوان گرافیتی و هنرخیابانی می‌شناسیم به نسبت بقیه متاخرتر و سوال برانگیزتر است.

4 White, W.
5 Mark Halsey
6 Alison Young



دو دوست / شابو ۲۰۱۲ / آلمان / آرشیو عکس کلاه استودیو

برای درک چند ویژگی اصلی هنر خیابانی، ناچاریم هر چند کوتاه به تاریخ هنر رجوع کرده و سیر شکل گیری آن را درجریان نقد ایده «هنرآوانگارد» در دوران پیدایشش مورد توجه قراردهیم. این رجوع بدان سبب است که هنر خیابانی در واقع از هنر آوانگارد نیمه اول قرن بیستم سر بر آورده است. یعنی در جریان تجارب هنری دوران مدرن و پست مدرن. هنری که سعی می کرد خود را از نظریه هنر برای هنر جدا کرده و هنر را به میان مردم ببرد، بی‌آن‌که از ویژگی‌های فردگرایانه آن کاسته شود. جنبش پاپ‌آرت نیز یکی از پله‌های حرکت آوانگاردها به سمت هنرخیابانی و گرافیتی بود. در این زمینه می‌توان به آثارهنرمندانی چون ژان‌میشل باسکیه یا کیت‌هارینگ و هم‌دوره‌های آنان اشاره کرد.

سوال بر سر تفاوت‌های اجرایی، مفهومی و بیانی میان هنرخیابانی و هنرآوانگارد است. درحقیقت باید ابتدا تناقضاتِ شناسایی‌شده هنرآوانگارد را مورد بازشناسی قرارداد.

نگاه هنرمند آوانگارد معمولا متفاوت با نگاه بیننده معمولی است. از این رو به موجب بیان پیچیده و شخصی، ارتباط وی با جامعه چندان قوی نیست. جامعه اصولا آموزش آکادمیک و یا حتی سطحی درباره بازشناسی واژگان هنر(به ویژه هنر بصری)را ندارد. یکی از مهم‌ترین دلایل دوری هنرهای آوانگارد از جمله دادایسم، کوبیسم و اکسپرسیونیسم‌انتزاعی از اجتماع و محبوس ماندن آثار هنرمندان در کتاب‌ها و موزه‌ها، همین تاکید بی اندازه بر فردیت وعدم اعتنا به نگاه عموم مردم، به عنوان افراد غیرکارشناس بود. گرافیتی سعی کرد تا آوانگارد را به میان مردم ببرد و بر سر آن گفتگو کند. هنری پسا آوانگارد که خود و فردیت‌خود را از جامعه پنهان نکرده و شهر را به دو مجموعه، یکی شامل خواص هنرشناس ودیگری شامل عوام هنرنشناس تقلیل نمی‌دهد.

همه انواع هنرخیابانی یک وجه‌مشترک دارند و آن «بردن هنر به خیابان و اماکن عمومی» است. این مهم‌ترین خصوصیتی است که هنرخیابانی را از همه انواع هنرمعاصر و هنرمندان‌خیابانی را از دیگر هنرمندان‌معاصر متمایز می‌سازد. دست کم بایدگفت که هنرخیابانی در وهله اول به جدایی میان محیط‌هنری و محیط شهری یا همان فضای‌عمومی معترض است. هنرخیابانی بر این تاکید دارد که هنر باید در خیابان و در معرض دید عموم مردم، رشدیافته و مورد نمایش قرار گیرد تا بتواند به معنای راستین بیان گر، تاثیر گذار و پویا باشد. از همین‌زاویه می‌توان دومین وجه اعتراضی هنرخیابانی را بازشناسی کرد: مخالفت و تعارض با تعیین محدوده‌های‌شهری و تفکیک میان مجاز و غیرمجاز. هنرخیابانی رسمیت و کنترل را به چالش می‌کشد. هنرمندخیابانی از فضای اختصاص داده‌شده به هنر خارج می‌شود و آن را با خود به خیابان می‌برد، به این امید که از انزوای موزه‌ها و گالری‌ها یا سالن‌های اجرای نمایش و موسیقی فرارکرده و هنرش را برای جامعه خرج کند. به بیانی دیگر، او به دنبال ایجاد گفتگو با جامعه یا شهر است نه با دنیای رسمی هنر. این‌جا باری دیگر تفاوت هنر آوانگارد و هنرخیابانی به چشم می‌خورد. هنر آوانگارد، به عنوان تجربه ای متاخر در تاریخ هنر، از طریق رفتن به عمق بیان گرایی و ایجاد ارتباط فردی با «خود»، از جامعه و زندگی مردم فاصله گرفته

و بـه نوعـی هنرخـواص مبـدل شـد.

در مقابـل، هنرخیابانـی خـود را در محیـط عمومـی تعریـف کـرده و بـا آغـوش بـاز جامعـه را دعـوت بـه مفاهمـه و گفتگـو می کنـد. در هنرخیابانـی پیش‌ـارزش گـذاری کنـار گذاشـته می شـود. بدیـن معنـا کـه اثرهنـری، خـود را تحـت تاییـد یـا لیسـانس یـک گالـری یـا مـوزه بـه نمایـش نمی گـذارد، بلکـه بـدون هیـچ برچسـب وارزش افـزوده‌ای خـود را بـه طـور مسـتقیم عرضـه می کنـد. درحقیقـت هنرخیابانـی در ایـده آل تریـن شـکل خـود، بـدون چشم‌داشـت مالـی و بـدون معیارهـای معمـول ارزش گـذاری اجـرا و ارایـه می شـود. مخاطـب هنـر خیابانـی دیگـر تحـت تاثیـر دیوارهـای سـفید و نورپردازی هـای اغواگـر موزه‌هـا یاگالری هـا بـا اثـر مواجـه نیسـت.

از طرفـی دیگـر فردیـت کـه از ویژگی هـا و نـکات بـارز هنـر آوانـگارد اسـت، در هنـر خیابانـی بـه شـکلی رادیـکال مـورد توجـه و تاکیـد قـرار می گیـرد. اسـتایل نویسـی نمونـه‌ای اسـت روشـن از ایـن فردیـت. ایـن واقعیـت کـه اکثریـت جامعـه بـه همـان انـدازه کـه از یـک نقاشـی آوانـگارد سـر درنمی‌آوردنـد نسـبت بـه یـک اسـتایل گرافیتی هـم غریبه‌انـد قابل‌انـکار نیسـت: مجموعـه ای خـط و رنـگ در هـم و بـر هـم کـه انـگار هیـچ معنایـی نداشـته و چیـزی را در ذهـن متبـادر نمی‌سـازد. ایـن احسـاس غریـب فضـای بصـری در استایل‌نویسـی از بسـیاری جهات بـا تجربـه نقاشـی و هنـر آوانـگارد شبیه‌اسـت و تنهـا بـا درک فردیـت و شـناخت خرده‌فرهنگـی قابـل بازشناسـی و رمـز گشـایی اسـت. بنابرایـن جـای تعجـب نیسـت کـه از زاویـه دیـد جامعـه، اسـتایل‌ها دیـده (یـا فهمیـده) نشـده و بـه مثابـه کاری بی‌جهـت و از سـرِ خوشـی تلقـی می‌شـوند: یـک بچـه دبسـتانی هـم می‌توانـد از ایـن آثـار تولیـد کنـد.

چـه در هنـر آوانـگارد و چـه در استایل‌نویسـی، زبـان شـخصی هنرمنـد و نحـوه نمـاد پـردازی و بازخوانـی کار، تنهـا بـرای عـده ای خـاص قابـل فهـم بـوده و بـرای اکثریـت جامعـه

ناشــناخته باقــی می‌مانــد. از طرفــی باوجــود پیــش‌داوری در بــاره غیررســمی بــودن آثــار هنرمندان‌خیابانــی، معمــولا پیــش می‌آیــد کــه افــراد جامعــه آن‌هــا را نادیــده گرفتــه و یــا بــه خودشــان زحمــت تامــل و دقــت در ایــن آثــار را نمی‌دهنــد! چــرا کــه آن را کاری خرابکارانــه و غیرقابل‌اعتنــا می‌یابنــد و چــه بســا بــرای فهــم یــک اثــر روی بــوم، کــه بــر دیــواری ســفید نصــب شــده اســت، تــلاش بیشــتری بــه خــرج دهنــد. هنرخیابانــی در صورتــی کــه در ایــن برقــراری ارتبــاط عقب‌بمانــد، می‌توانــد دچــار دســته‌بندی و ژانرشــدگی در تاریــخ هنــر شــده و بــه عنــوان تجربــه ای نــاکام بــرای نزدیــک شــدن بــه جامعــه کنــار گذاشــته شــود. از همیــن رو اســت کــه در هنرخیابانی‌متاخــر، جذابیــت بصــری اثــر نیــز، کــه نقشــی بســزا در ایجــاد میــل «ارتبــاط بــا اثــر» در مخاطــب دارد، جایــگاه مهمــی پیــدا کــرده اســت.

گرافیتی: هنر خیابانی

ارتبــاط میــان گرافیتــی و هنرخیابانــی چیســت؟ آیــا ایــن دو همســو هســتند یــا در ضدیــت هــم ؟

می‌تــوان بــه ســادگی پاســخ داد کــه هــر دوی این‌هــا یکــی هســتند. امــا اگــر بــه ویــژه از نظــر انگیزشــی بــه ایــن دو نــگاه کنیــم، بی‌شــک تفاوت‌هایــی میانشــان وجــود دارد. بدیــن معنــا کــه آشــکارا می‌تــوان تفاوت‌هایــی را در انگیــزه پدیدآورنــدگان گرافیتــی و هنرخیابانــی یافــت. بــه عنــوان نمونــه، کســی کــه روی صندوق‌پســتی یــک امضــا می‌زنــد، احتمــالا انگیــزه ای متفــاوت از کســی دارد کــه چهــره یــک سیاســتمدار‌گریان را روی دیــواری نقاشــی می کنــد.

بایــد توجــه داشــت کــه تنــوع انگیزه‌هــا بــه معنــی تفــاوت یــا جدایی‌کامــل ایــن دو‌گونــه نیســت، بلکــه نشــان‌دهنده گســتردگی طیــف کارکــردی گرافیتــی و هنرخیابانــی بــوده ومــا را متوجــه ارتباطــی تنگاتنــگ و پیچیــده میــان همــه ایــن انــواع می کنــد. چــه گونــه ارتباطــی را می‌تــوان میــان نوشــته‌های موجــود در توالت‌هــای عمومــی و یــک تــروآپ (گرافیتــی) یافــت؟

امضاها حتی اگر از سوی همه اعضای خرده فرهنگ گرافیتی حاوی محتوا یا نکات زیبایی‌شناسانه تلقی شوند، باز انتظار این‌که در جامعه مورد اعتنا قرار گیرند چندان واقع‌بینانه نیست. امضاها و استایل‌ها به علت ویژگی‌های خرده فرهنگی‌شان به سختی می‌توانند از راه دیداری خود را در ذهن عموم مردم تفسیر و توجیه کنند. خصوصیتِ مهاجم و رادیکالِ امضاها، تروآپ‌ها و اغلب استایل‌نویسی‌ها بیش از آن است که به بیننده عام اجازه درک سریع و آسان را بدهد. در مقابل نوشته‌های قابل خواندن یا چهره‌های کارتونی یا شابلون‌ها یا کارکترها و آثار فیگوراتیو امکان بیشتری برای جلب توجه و ارتباط آسان با مخاطب‌عام را فراهم می‌آورند. هنر خیابانی دایره وسیع‌تری از جامعه را می‌تواند در ارتباط بیانی خود شریک کند.

لازم به توضیح نیست که آن‌چه عوام فهم تر باشد علاوه بر آن‌که می‌تواند پیام را سریع تر منتقل کند، می‌تواند با افراد بیشتری از جامعه نیز به گفتگو بپردازد. از این روی وجود یک کارکتر در کنار یک استایل گرافیتی خود به گونه‌ای به بیانگرایی اثر می‌افزاید و تلاشی است برای دعوت جامعه از طریق به کارگیری عناصر قابل بازشناسی توسط مردم. در همین شیوه چه بسا یک پرتره یا یک اثر فیگوراتیو می‌تواند مخاطب عام را بیش از هر گرافیتی به خود جذب کند، در صورتی که یک اثر پیچیده و تکنیکی گرافیتی، احتمالا نمی‌تواند برای بیننده عام جذابیت و بیان کافی را به همراه داشته باشد. هنر خیابانی اغلب بیان گرا بوده و گاه به کاریکاتورهای مطبوعاتی(به مثابه ساده فهم ترین فرم طنز و انتقاد اجتماعی طبقه متوسط) نزدیک می‌شود.

بعد از دیدن یک اثر هنرخیابانی «قابل فهم» که مفهوم آن برای ما روشن باشد به دشواری می‌توان معتقد ماند که این اثر را یک جوان بی‌کار یا خرابکار خلق کرده است. بدین‌ترتیب گرافیتی‌نویس(هنرمندخیابانی) با نزدیک‌تر شدن به زبان تصویریِ مورد پذیرشِ جامعه، خود را از زیر برچسب‌هایی که (با فهم نا صحیح کارش) متوجه اوست رهانیده و به زبان توافقی میان خود و جامعه بسنده می‌کند.

ایـن هـر دو در حقیقـت سـطوح شـهری را از معنـا و مفهـوم انتظامـی و سـلطه گرانه خـود خـارج کـرده و و تعریفـی جدیـد بـه آن‌هـا می‌دهنـد. تفاوتـی نمی‌کنـد کـه هنـر خیابانـی باشـد یـا گرافیتـی: نوعـی تغییـر کارکـرد سـطوح در گرافیتـی انجـام می گیـرد. دیوارهایـی کـه بـه طـور یکنواخـت و خاکسـتری حاشـیه خیابان‌هـا را گرفته‌انـد و فضـای عمومـی را شـکل داده‌انـد از دیـدگاه گرافیتـی بـه عنـوان صفحـه ای سـفید تلقـی می‌شـوند. در واقـع دیوارهـا از یکنواختـی روزمـره، بـه عنـوان اجسـامی فاقـد زندگـی و هویـت، رهـا شـده و بـا هویـت مدنـی و شـرایط اجتماعی–سیاسـی و فرهنگـی مردمـی کـه کنـار آن راه می‌رونـد در می‌آمیزنـد: رسـانه‌هایی همیشـه زنـده. عـلاوه بـر ایـن در آثـار هنرمنـدان خیابانـی اغلـب بـا نقـد، اطـلاع رسـانی یـا سـرگرمی نیـز برخـورد می‌کنیـم، چیـزی کـه بـه پویایـی و ایجـاد خلاقیـت در جامعـه کمـک می‌کنـد. شـاید هنرخیابانـی بـه لـذتِ مخاطـب متعهـد اسـت.

اگـر معتقـد باشـیم کـه هنـر خیابانـی در راسـتای ارضـای بصـری جامعـه پیـش مـی‌رود و در عیـن حـال خاصیـت تسـخیر موقعیـت شـهری را در خـود حفـظ می‌کنـد، شـاید ایـن سـوال پیـش آیـد کـه چـرا نقاشـان دیـوار یِ رسـمی را بـه جنبـش گرافیتـی متعلـق ندانیـم؟

گرافیتی: نقاشی دیواری

نقاشـی‌های دیـواری یـا میورال[۷]هـا بی‌شـک از گرافیتـی‌و هنرخیابانـی جـدا هسـتند. نقاش‌دیـواری هم‌زمـان بـا میـل بـه حضـور در میـان مـردم، سـعی دارد خـود را از مواجهـه بـا سـاختار حاکـم (سـازمان دهنـده دیوارهـا) و نظـم شـهری دور نـگاه دارد. نقاشـان دیـواری معمـولا بـه زیباسـازی فضـای شـهری از طریـق همگرایـی بـا حاکمیـت و خلـق تصویـر جامعـه ای آرمانـی یـا ایجـاد جادویـی بصـری بـرای تزییـن شـهر می‌پردازنـد و از ایـن رو چندیـن عنصـر کلیـدی و تعیین‌کننـده در گرافیتـی را از خـود دور می‌سـازند. آنیَّـت و فردیـت اثـر اولیـن عناصـری هسـتندکه طـی مراحـل کسـب مجـوز و ایجـاد مقدمـات کار از میـان رفتـه و جـای خـود را بـه نظـم ارزشـگذارانه و حاکمیتـی می‌دهنـد. درحقیقـت دیـوار بزرگتـر کـه بـا مجـوز شـهرداری یـا موسسـات رسـمی هنـری از جملـه گالری‌هـا و بـا

7 Mural



نقاشی دیواری / ایالت باسک ۲۰۱۳ / آرشیو عکس کلاه استودیو

بودجه‌ای هنگفت رنگ می‌شود، به نوعی ارزش‌افزوده بر اثر تبدیل شده، در حالی که اثر را از ارزش‌ها و مقیاس‌های انسانی تهی می‌کند.

علاوه بر این، تضمین ماندگاری اثر در حالی که آن را از ویژگی گذرا(میرا) بودن گرافیتی دور می‌کند، به نوعی شهر را به سمت «موزه شدن» و شهروند را به سمت «تماشاگربودن» پیش می‌برد. برخلاف گرافیتی، نقاشی‌دیواری نه تنها به گفتگو با جامعه نمی‌نشیند بلکه خود را، با مُهر مدیران اجرایی، به شهر و اجتماع تحمیل می‌کند. دیگر کسی حق دستکاری یا پاک کردن آن را ندارد، مگر تصمیم رسمی بر این باشد. این در حالی است که گرافیتی هر اتفاقی در شهر را به منزله بخشی از حیات خود در اجتماع می‌بیند و در مسیر تجربه هنرمندانه، خودش را در مقام تک گو تثبیت نمی‌کند. پس گرافیتی یا هنر خیابانی، مقولاتی جدا از نقاشی‌دیواری یا مجسمه‌های وسط میدان‌ها و پارک‌ها هستند. این‌ها هنری نیستند که در اکنون و در مقام یک شهروند اجرا شوند بلکه آثاری‌اند که به هدف پیام رسانی یا روح بخشی به شهر طراحی و تولید یا اجرا می‌شوند.

از زاویه نگاه گرافیتی، نقاش دیواری در فضایی بسیار متضاد با دنیای هنر نفس می‌کشد. نقاش دیواری هویت هنری خود را تحت حاکمیت قانون تعریف می‌کند. از این لحظه، هنر حضور خود را کم رنگ کرده و جای خود را به تکنیک اجرایی، روابط، ضوابط و معیارهای حاکم می‌دهد. این در حالی است که گرافیتی به فردیت در کنار هنر معتقد بوده، هویت خود را جدای نظام ارزشی حاکمیت به رسمیت می‌شناسد و از آن گذشته گاه هیچ رسمیتی برای حاکمیت قایل نیست. نقاشان دیواری بدون اجازه چیزی را نمی‌کشند، چرا که عواقب احتمالی این کار را نمی‌پذیرند، در حالی که هنرمند خیابانی مصرانه میل دارد تا با هدف پایدار ماندن به تعریف خود ازهنر، ریسک ابراز بیان خود در محیط شهری را بر عهده بگیرد. هنرمند گرافیتی می‌گوید: «اگر گرافیتی مجاز شود، من از آن دست می‌کشم.»

گرافیتی: جامعه شناسی

به غیر از نظریه پنجره شکسته از جورج کلینگ[8] و جیمز ویلسون[9] که احتمالا همه کمابیش در باره آن شنیده یا مطالعه داشته ایم، جامعه‌شناسان تلاش داشته‌اند تا پدیده گرافیتی را از وجوه دیگرنیز مورد بررسی قرار داده و اندکی خود را به درک این پدیده نزدیک نمایند.

کریگ کستلمن[10] یکی از پیشروان تحقیقات جامعه‌شناسانه در حوزه گرافیتی است. او اولین کسی بود که جامعه آکادمیک را از ظهور یک خرده‌فرهنگ هنری جدید که شامل نظام ارزشی–فرهنگی منحصر به فرد و پنهان از جامعه بود، آگاه کرد. او به تحقیق دریافت که جوانان درشهر جذب یک بازی شهرت می‌شوند. این بازی عبارت است از امضازنی در شهر و قطارهای شهری.

8 George Kelling
9 James Q. Wilson
10 Castelman, Craig.



گرافیتی / زون۵۶ و های‌فای ۲۰۱۴ / بوخوم / آرشیو عکس کلاه استودیو

بازیگـران ایـن بـازی بـه شـکلی ضربتـی و دور از چشـم همـگان امضاهایـی بـا خـط و شـیوه‌های متنـوع و بـا رنگ‌هـای مختلـف از خـود بـه جـا می گذارنـد. او در مقدمـه کتـاب خـود بـه نـام گتینـگ آپ[11] (بـالا آمـدن) می‌نویسـد:

> اکنـون جـای آن نیسـت کـه دنبـال انگیزه‌هـای گرافیتی‌نویسـی و یـا ضدیـت بـا آن باشـیم ، چـرا کـه هنـوز حتـی نمی‌دانیـم ایـن پدیـده چیسـت!

در سـال‌های اولیـه جنبـش گرافیتـی در نیویـورک، دو عـکاس بـه نام‌هـای مارتـا کوپـر[12] و هنـری چلفنـت[13] سـعی کردنـد بیشـتر قطارهـای نقاشـی شـده نیویـورک را بـه صـورت مسـتند در عکس هایشـان ثبـت نماینـد. آن دو همچنیـن سـاعت‌های زیـادی را بـا گرافیتی‌نویس هـا سـپری کرده وسـعی کردنـد از حـال وهـوا و شـیوه کار آن‌هـا سـر در آورنـد. سـرانجام در سـال۱۹۸٤ کتابشـان بـا نـام سـاب وِی آرت[14] را منتشـر کـرده و تـلاش کردنـد بـه معرفـی جوانـان و گروه‌هـای گرافیتی‌نویـس و نمونـه کارهایشـان بپردازنـد.

11 Getting up
12 Martha Cooper
13 Henry Chalfant
14 Subway Art

جف فِرل، یکی دیگر از محققین بنام علم جامعه‌شناسی که پیشتر هم به نظرات او اشاره شد، بیشتر بر ویژگی جرم‌شناسانه گرافیتی تمرکز داشته. کتاب او به نام جنایات‌استایل که در **۱۹۹۶** منتشر شد، بر پایه تحقیقات میدانی او پیرامون گرافیتی‌های اولیه در شهر دنور[۱۵] است. او سعی کرده وارد دنیای گرافیتی‌کارها شود، تاجایی که حتی خود به این کار مبادرت می‌کند. فِرل نشان می‌دهد که چگونه قطارها به جز انسان‌ها، نقاشی‌ها را نیز جابه‌جا کرده، مخاطب بیشتری را برای آثار فراهم می‌آورند و از این طریق باعث جلب بیشتر جوانان به «ارتکاب» گرافیتی می‌شوند. فرل در بحث خود به جستجوی راهی برای مقابله با این معضل اجتماعی است.

در سالیان اخیر جامعه شناسان مطالعات مختلف در زمینه گرافیتی انجام داده‌اند از آن جمله می‌توانیم به کتاب‌ها و مباحث منتشر شده زیر اشاره کنیم: «انگیزه‌های پیوستن به خرده فرهنگ گرافیتی» (هلسی و یونگ **۲۰۰۶**) «گرافیتی به عنوان وسیله بیان شخصی و شکل بخشی به هویت» (مک دانلد[۱۶] **۲۰۰۱**) «گرافیتی در مقام سر پیچی یا اعتراض و پیامدهای جزایی آن» (شفر[۱۷] **۲۰۰۴**) «چگونگی مطرح شدن گرافیتی در دنیای رسمی و هنر» ، «گرافیتی به مثابه مقاومت در فضای عمومی» (راهن[۱۸] **۲۰۰۲**) .

گرافیتی: پارادوکس گمنامی و شهرت

گفته می‌شود که گرافیتی نویس‌ها تشنه شهرت هستند. محققین بسیاری در این‌باره نظر داده وکسب شهرت را دست کم یکی از دلایل «ارتکاب» گرافیتی قلمداد کرده‌اند. مک‌دانلد و میلر همچون کستلمن، در کتابشان–خرده‌فرهنگ گرافیتی: جوان و هویت و مردانگی در نیویورک و لندن– شهرت را دست‌کم یکی از دلایل انگیزشی

15 Denver
16 Macdonald, N.
17 Schaefer, D.
18 Rahn, J.

خلـق گرافیتـی دانسـته‌اند. گرگـوری اسـنایدر[۱۹] جامعه‌شـناس آمریکایـی کـه بیـش از **۵۱** سـال از عمـر خـود را صـرف شـناخت دنیـای گرافیتی کارهـا کـرده اسـت و بـه گفتـه خـودش حتـی چندیـن بـار گرافیتـی کشـیده و از خـود امضـا بـه جـا گذاشـته اسـت، در کتابـش بـا نـام «گرافیتـی زنـده اسـت: آنسـوی امضاهـای زیرزمینـی نیویـورک» می‌نویسـد:

> گرافیتـی را نمی‌تـوان بـه عنـوان یـک معضل اجتماعـی نگریسـت. گرافیتـی خرابـکاری نیسـت بلکـه یـک خرده‌فرهنـگ کامـلا متفـاوت اسـت و اتفاقـا میـل بـه دیـده شـدن و ابـراز وجـود دارد.

او همچنین در کتاب خود آورده است:

> گرافیتی‌نویس‌هـا از هـر تفکـر و طبقـه اجتماعـی کـه باشـند و بـا هـر لبـاس و شـکل و شـمایلی کـه ظاهـر شـوند، می‌تواننـد بـر اسـاس آن‌چـه انجـام می‌دهنـد احتـرام و محبوبیـت یابنـد. هویـت گرافیتی‌نویس‌هـا در درجـه اول کیفیـت کارشـان اسـت و دیگـر مسـایل در درجـه دوم اهمیـت قـرار دارنـد.

او نیـز شـهرت را از مسـایل انگیزشـی در گرافیتـی برشـمرده و بـه مصاحبـه معـروف سـال **۱۹۷۱** روزنامـه نیویورک‌تایمـز می‌پـردازد کـه در آن بـرای اولیـن بـار بـا یـک جـوان امضـازن بـه نـام تاکـی **۱۸۳** مصاحبـه شـد. شـهرت تاکـی **۱۸۳** موجـب روی‌آوردن هـزاران جـوان در سـر تـا سـر نیویـورک و آمریـکا بـه امضـا زنـی و گرافیتـی شـد. او اضافـه می‌کنـد کـه گرافیتـی نویس‌هـا ایـن کار را بـرای کسـب احتـرام و شـهرت در میـان دوسـتان خـود انجـام می‌دهنـد و بـه همیـن علـت در جاهایـی می‌نویسـند کـه در معـرض دیـد گـروه هـدف خودشـان باشـد.

ایـن بـی نظمـی و مخدوش‌سـاختن یـک سـطح خـاص نیسـت کـه گرافیتی‌نویس‌هـا را جـذب می‌کنـد، بلکـه دیـده شـدن اثـر از سـوی گـروه خاصـی کـه مـدت نظرشـان اسـت

19 Gregory J. Snyder

اهمیــت یــک ســطح را تعییــن می کنــد. اســنایدر همین طــور مکان هایــی را برمی شــمرد کـه بـه هیـچ وجـه از مناطـق محـروم شـهر نیویـورک نیسـتند ولـی بـه علـت ایـن کـه جوانـان زیــادی در آن مناطــق رفــت و آمــد کــرده یــا پارتی هایشــان را برپــا می کننــد، گرافیتــی هــم در آنجاهــا حضــور پررنگ تــری دارد. او حتــی اشــاره می کنــد کــه چطــور گرافیتــی توانســته بــر شــهرت محلــه ای مثــل ســوهو[20] در نیویــورک تاثیرگــذار باشــد. اســنایدر در کتــاب خــود از ایــن می گویــد کــه چطــور گرافیتی نویســان جــوانِ دیــروز از تجربیــات خــود در طراحــی گرافیــک بهــره گرفتــه و بــه هنرمندانــی بالــغ بــدل می شــوند. او نمونه هایــی مــی آورد کــه چطــور گرافیتی نویس های گمنــام بعــد از دوران جوانــی بــه حرفه هایــی چــون نقاشــی، دیوارنــگاری و نقاشــی دیواری، طراحــی و اجــرای تاتــو و طراحی گرافیــک جــذب می شــوند یــا بــا اســتفاده از ســایت ها و نشــریات بــه کار رســانه ای می پردازنــد. وی در ادامــه بحــث خــود نتیجــه می گیــرد کــه ایــن جوانــان تنهــا کاری کــه می کننــد کنــار گذاشــتن مجــاری آموزشــی و پرورشــی تحمیــل شــده از ســوی جامعــه اســت. آن هــا راهــی را کــه جامعــه بــرای موفقیــت آن هــا تعریف کــرده اســت رهــا و راه خــود را در گمنامــی می آزماینــد.

گرافیتی نویس هــا بــه عناویــن مخلتــف امــکان پیــدا کــردن شــهرت در خــرده فرهنــگ خــود و در نهایــت جامعــه را دارنــد. گروهــی بــر پایــه کمیــت کارهایشــان و این کــه در همه جــای شــهر یــا کشــور و حتــی دنیــا آثــاری از آن هــا دیــده می شــود و گروهــی بــر اســاس کیفیت هــای زیبایی شناســانه آثارشــان بــه شــهرت می رســند. راهــن بــه ایــن اشــاره می کنــد کــه گرافیتــی کارهــا لقــب توی(بچــه) یــا اســباب بــازی را بــه گرافیتی نویســی می دهنــد کــه هیــچ یــک از عوامــل ارزشــی موجــود در خــرده فرهنــگ از جملــه مــوارد نام بــرده در بــالا را در خــود تقویــت نکــرده و کار او از نظــر جمــع گرافیتی نویس هــا فاقــد ارزش تلقــی می شــود.

نکتــه جالــب توجــه دیگــر وجــود رابطــه کار آمــوزی و احتــرام بــه پیشکســوت درمیــان گرافیتــی کاران اســت. معمــولا دیــده می شــود کــه جوان ترهــا ســعی می کننــد از قدیمی ترهــا بهــره گرفتــه و آثــار خــود را چــه روی کاغــذ و چــه روی دیــوار بــه آن هــا کــه

20 Soho



گرافیتی / های‌فای ۲۰۱۴ / اسن / آرشیو عکس کلاه استودیو

تجربه بیشتر و کار بهتری دارند نشان داده و از آن‌ها کسب تجربه‌کنند. مثلا گاه تازه کارهای گروه نقش کارآموز را بازی کرده و داخل حروف را پر می‌کنند اما از آنجایی که خطوط بیرونی نقش مهمی در دیده شدن طرح و شمای کلی دارند، این کار را قدیمی‌ترها انجام می‌دهند. تحقیقات یانیس راهن نشان داده است که حتی بچه‌های گرافیتی‌نویس که احترام زیادی برای معلمان مدرسه خود قایل نیستند، گاه احترام بسیاری برای استاد یا دوستِ بالادستی خود قایل بوده و همیشه برای یادگرفتن و همنشینی با او حاضر و محیا هستند.

راهن می‌نویسد :

علاقه گرافیتی‌نویس‌ها به کسب شهرت قابل‌توجه است اما ماهیتی دوگانه دارد. از طرفی به دنبال مطرح شدن و شناخته شدن هستند و از طرفی با نام مستعارشان جلو می‌آیند که نا شناخته بمانند. کسانی که بیشتر دست به مصاحبه و ابراز وجود می‌زنند به مرور زمان از طرف جمع کنار گذاشته‌می‌شوند.

ناشـناس ماندن یکـی از خصوصیـات گرافیتـی کارهـا اسـت. بنکسـی(**۲۰۰۵**) در کتـاب خـود بـا نـام «دیـوار و اثـر» شـرح می‌دهـد کـه چگونـه گمنـام مانـدن او باعـث جلـب توجـه و شـنیده شـدن صدایـش شـد. او می گویـد کـه کسـی کار و حـرف او را جـدی نمی گرفـت امـا زمانـی کـه پشـت هویتـی جدیـد پنهـان شـده و خـود را درهالـه‌ای از گمنامـی قـرارداد، توجـه جامعـه بـه او بیشـتر شـد و کار او بیشـتر و بیشـتر بـه چشـم آمـد. معمـای نـام اصلـی بنکسـی از طریـق رسـانه‌ها تبدیـل بـه موضـوع کنجـکاوی عـده زیـادی از درون و بیـرون خـرده فرهنـگ گرافیتـی شـده اسـت. او در دنیـا سـفر می کنـد و کمـاکان بـه شـکل ناشـناس آثـار خـود را اجـرا می کنـد!

شـکی در ایـن نیسـت کـه گمنامـی جنبـه ای قهرمان‌گونـه و اسـرار آمیـز بـه گرافیتـی کارهـا می‌دهـد. امـا همـه گرافیتـی‌کاران گمنامـی را بـرای جذابیـت رسـانه ای آن نمی‌خواهنـد. بلکـه گمنامـی می‌توانـد ابـزاری بـرای پنهـان مانـدن از کنتـرل دولتـی یـا انتظامـی و قوانیـن جزایـی باشـد. گمنامـی همان‌طـور کـه در بـاره لاترینالیـا دیدیـم، بـه گرافیتی‌نویس هـا ایـن امـکان را می‌دهـد کـه بی‌پرواتـر بـه ابـراز وجـود بپردازنـد چـرا کـه هویـت اصلـی آنـان پوشـیده می‌مانـد. بـه هـر حـال گرافیتـی کارهـا بـه ناشـناخته‌بودن خـود شـناخته می‌شـوند و تـا زمانـی کـه آن‌هـا را در حیـن ارتـکاب جـرم دسـتگیر نکننـد بـه سـختی می‌تـوان آن‌هـا را مجـرم قلمـداد کـرد. ایـن ویژگـی گرافیتی‌نویس هـا بـه قـدری بـرای آن‌هـا اهمیـت دارد کـه معمـولا حتـی در انتخـاب دوسـت و هـم گروهی‌هـای آن‌هـا نیـز تاثیـر گـذار اسـت. بـرای مثـال فاش کـردن نـام اصلـی بچه‌های گـروه بـرای دیگـران، ممکـن اسـت منجـر بـه بی‌اعتمـادی کامـل گرافیتی‌نویسـان بـه آن فـرد شـود. اگرچـه افـراد یـک گـروه گرافیتـی معمـولا اسـم اصلـی یکدیگـر را می‌داننـد امـا آن را از افـراد دیگـر بـه ویـژه مـردم عـادی یـا اعضـای دیگرگروه‌هـا پنهـان نـگاه می‌دارنـد. در هـر حـال بـه غیـر از بنکسـی باقـی گرافیتی‌نویسـان نتوانسـته‌اند نـام اصلـی خـود را، پـس از شـهرت مخفـی نـگاه داشـته و گمنامـی خـود را حفـظ کننـد.

گرافیتی: هویت دوم

ساختن و شکل دادن هویت‌دوم در دنیای گرافیتی امری طبیعی است. مک‌دانلد در سال **۲۰۰۱** می‌نویسد :

> گرافیتی‌نویس‌ها با دو هویت رشد می‌کنند. یکی زندگی واقعی و دیگری زندگی در بستر خرده فرهنگی.

تلاش مک‌دانلد در بازشناسی این پیچیدگی هویتی در دنیای گرافیتی قابل تقدیر است. در حقیقت جوانان در جامعه امروزی مجال کافی برای شکل دهی هویت فردی خود پیدا نمی‌کنند، در حالی که گرافیتی و خرده‌فرهنگ‌هایی از جمله هیپ‌هاپ و پانک به آن‌ها امکان تجربه و پرورش هویتی منحصر به فرد را داده‌اند: یک جوان **۱۶** ساله بنا بر ساختارهای اجتماعی باید بالاجبار در مدرسه حضور یابد و به عنوان یک دانش آموز بر سر کلاس درس بنشیند. این در حالی است که چیزی در درون او ندا در می‌دهد که باید خودت را نشان بدهی! او باید در جامعه ای که احساس می‌کند به آن تعلق دارد خود را ابراز کند. جوانی که احساس می‌کند جامعه او را نمی‌بیند از جایگاه «دانش آموز» که ازسوی جامعه به او نسبت داده شده است خسته و سعی در ساختن هویتی دوم برای خود دارد. او این بستر را تنها در خرده فرهنگ‌های موجود در جامعه می‌یابد. بنا بر تحقیقات راهن، ورود به دنیای گرافیتی معمولا هم‌زمان و موازی با ورود به مرحله بلوغ اتفاق می‌افتد. زمانی که فرد به دنبال هویت و نسبت خود با جامعه می گردد و سعی می کند آن ساختار اجتماعی را برگزیند که گوش شنوایی برای پیام او دارد. گرافیتی یکی از قالب‌هایی است که این میل فردی می‌تواند در آن مجال حرکت یابد.

گرافیتی کارها در زندگی فردی و عادی خود نمی‌توانند با نام دوم زندگی کنند، بنابراین ناچارند دو هویت و دو جهان مجزا را تجربه کنند. با هویت‌دوم خود تنها



بدون عنوان / هوپن ۲۰۱۳ / پاریس / آرشیو عکس کلاه استودیو

می‌توانند در میان افراد خرده فرهنگ خود معتبر شناخته شوند، در صورتی که اعتبار یا هویت آن‌ها در خانه، مدرسه یا محل کار، در اغلب موارد وابسته به هویت رسمی آن‌ها در جامعه بوده ولزوما با پیشرفت خرده فرهنگی آنان همراه نیست. به گفته مک‌دانلد، هویت‌دوم گرافیتی‌نویس‌ها چیزی است که آن‌ها در دنیای خیال خود دوست دارند باشند و هویت اصلی آن‌ها کماکان همان هویت رسمی و زمینی آن‌ها باقی می‌ماند.

«من یه بچه بودم که والدینم در حقیقت سرپرستی من رو به عهده گرفته بودن. اونا والدین اصلی من نبودن. مدام دنبال هویتم می‌گشتم و با درست کردن یه اسم جدید می‌تونستم خودم رو متقاعد کنم که این من هستم.من فوتورا دوهزار بودم.» – فوتورا[21]

گرافیتی: زبان‌شناسی

نـگاه کـردن بـه گرافیتـی از نـگاه زبان‌شناسـی بسـیار هیجان‌انگیـز بـوده و می‌توانـد در شـناخت و درک بهتـر ویژگی‌هـای مهـم گرافیتـی کارسـاز باشـد. فوکـو[۲۲] و دلـوز[۲۳] از فیلسـوفانی بودنـد کـه زبـان، بـه خصـوص زبان‌نوشـتاری را بـه عنـوان ابـزار و یـا گونـه‌ای از قـدرت، مـورد بازشناسـی قـرار دادنـد. آن‌هـا بـر ایـن بـاور بودنـد کـه زبان‌نوشـتاری از ابتـدای کار بـا هـدف تعییـن سیسـتم قوانیـن و نیـز ثبـت بـاج و خراج‌هـا و جنایـات سـاخته و پرورانـده شـده اسـت. تصـور این‌کـه گروهـی بتوانـد بـدون بـه کارگیـری زبـان نوشـتاری بـه تشـکیل یـک نظـام مهتـر سـالارانه نایـل آیـد دشـوار اسـت. بـه عبارتـی دیگـر طلـوع حکومـت بـه معنـای یـک نظام‌فعالِ‌قـدرت، در یـک محـدوده وسـیع جغرافیایـی، بـدون در نظـر گرفتـن نقـش زبـان نوشـتَاری، دسـت کـم بـرای وضـع قوانیـن مشـترک، غیـر ممکـن می‌نمایـد. همیـن مثـال نیـز در بـاره ادیـان صـادق اسـت. بـدون زبـان نوشـتاری چگونـه یهودیـت، مسـیحیت و اسـلام می‌توانسـتند سیسـتم‌های سلسـله مراتبـی خـود را تبییـن و تشـریح کننـد؟! در یکتاپرسـتی، خداونـد از طریـق زبـان و در نهایـت بـه شـکل نوشـتار، قوانیـن خـود را بـه یـک نفـر بـه عنـوان رهبـر دیکتـه می‌کنـد: ده فرمـان بـرای موسـی.

تبلیغـات بـدون نوشـته، تقریبـا غیرقابـل درک و نـا کارآمـد خواهدبـود. الگوسـازی بـرای حـق‌رای یـا تبلیـغ فروشـگاه‌های بـزرگ، دسـت‌کم بـه انـدک نوشـته ای نیـاز دارنـد. علـم و تکنولـوژی و تمامـی پدیده‌هـای مرتبـط بـا الگـوی نظـام قـدرت، نیازمنـد متـن یـا زبـان نوشـتاری بـوده و معمـولا زبـان نوشـتاری پیچیـده تـری را نیـز در خـود باززایـی می‌کننـد. حتـی بـرای آمـوزش و پـرورش فرزندان‌مـان هـم بـا آمـوزش زبـان بـه خطی‌تریـن شـکل ممکـن آغـاز می‌کنیـم. مـا بچه‌هـا را مجبـور می‌کنیـم کـه خط‌هـا را دنبـال کـرده و بـه آن‌هـا عـادت کننـد. دیگـر بـر همـه مـا آشـکار اسـت کـه سـواد خوانـدن و نوشـتن از سـاده‌ترین مراحـل شـکل‌دهی شـخصیت اجتماعـی مـا اسـت.

22 Michel Foucault
23 Gilles Deleuze

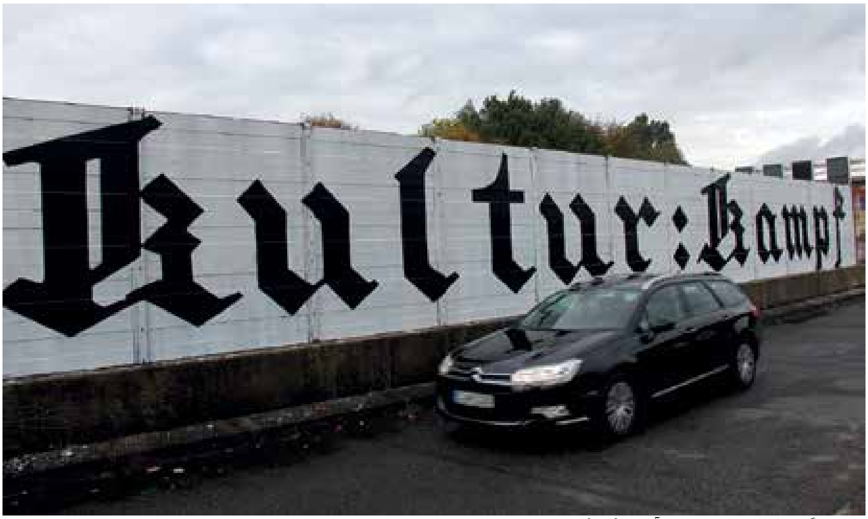
«متـن» نقطـه مشـترک همـه آدمیـان دربـاره تاریـخ اسـت: در بـاره فرهنـگِ مشـترک و قانـون. در حقیقـت ایـن «مـا» بـا زبـان پی‌ریـزی شـده اسـت. گرافیتـی نیـز بـه زبـان نوشـتاری وابسـته اسـت چـرا کـه بخـش اعظمـی از فرهنـگ گرافیتـی مربـوط بـه امضازنـی و استایل‌نویسـی اسـت. اغلـب گرافیتی‌کارهـا خـود را نـه هنرمنـد بلکـه نویسـنده می‌داننـد. پـس بایـد قبـول کـرد کـه گرافیتـی در بنیـاد یکـی از انـواع نوشـتار اسـت. گرافیتی‌کارهـا معمـولا نـام می‌نویسـند. نـام در زبان‌شناسـی یکـی از بخش‌هـای مبهـم و دشـوار اسـت. وقتـی فیلسـوفانی چـون راسـل[۲۴] یا ویتگنشـتاین[۲۵] بـه جسـتجو در خوانـش منشـا لغـات و ارتباطشـان بـا دنیـا می‌پردازنـد، اغلـب بـر سـر بررسـی نام‌هـا بـه دشـواری بـر می‌خورنـد: دنبـال کـردن و تشـریح اسـمی چـون صندلـی و توصیـف زبـان شناسـی آن بـه مراتـب سـاده تـر اسـت از اسـمی چـون «نقطـه۷۶» یـا «جکـی۲۱» .

گرافیتـی کارهـا بـه خودشـان اسـم می‌دهنـد و همـان را می‌نویسـند و در کارشـان اسـتفاده می‌کننـد. یـک بخـش ایـن کار بـه نوعـی پشـت‌کردن بـه سیسـتمی عرفـی اسـت کـه آن‌هـا را بـا نـام رسـمی و دسـته بنـدی شـده می‌خواهـد. آن‌هـا اسـم خـود را سـاخته و گسـترش می‌دهنـد: اسـمی کـه در سـاختار ثبـت اسـناد ثبـت نشـده اسـت و نیـازی بـه کارت ملـی و گواهـی تولـد نـدارد. بـه قـول بودریـار، همچـون یـک موجـود جدیـد کـه زیـر پوسـت بدنـه نوشـتاری قـدرت می‌خـزد.

ایـده ایـن اسـت کـه بـا نامـی بیـرون از سیسـتم و شـناخته نشـده بتـوان بـه شـهرتی بیـرون سـاختار و مسـتقل از آن دسـت پیـدا کـرد. یعنـی بتـوان اسـمی را کـه در هیـچ سـند دولتـی ثبـت نشـده، تولیدکـرده و آن را مطـرح سـاخت، بـه طـوری کـه سـاختار قـدرت را نیـز بـا آن مواجه‌کننـد. آن‌هـا می‌خواهنـد قـدرت را غافلگیـر کننـد و ایـن کار را بـه کمـک زبـان انجام‌می‌دهنـد: زبانـی تهدیدآمیـز کـه مخاطبـش نظـام حاکـم اسـت.

---

24 Bertrand Russell
25 Ludwig Wittgenstein



نبرد فرهنگی / ناشناس ۲۰۱۲ / اسن / آرشیو عکس کلاه استودیو

گرافیتـی از نظـر شـیوه برخـورد بـا حـروف بـا دنیـای تایپوگرافـی شـباهت یـا نزدیکـی دارد. مثـلا خیلـی از گرافیتـی کارهـا حـروف و الفبـای طراحـی شـده خـود را دارنـد کـه سـال‌ها روی آن‌هـا کار می کننـد. البتـه تایپوگرافـی را می‌تـوان فرمـی انتزاعـی و کاربـردی دانسـت، چـرا کـه معمـولا محدودیت‌هایـی در رابطـه بـا اسـتفاده از نوشـتار بـرای خـود قایـل می‌شـود. بـرای مثـال بعضـی حـروف تبدیـل بـه اسـتاندارد می‌شـوند و لـزوم خوانـا بـودن آثـار عمومـی تایپوگرافـی محدودیت‌هایـی را در ایـن زمینـه فراهـم مـی‌آورد. تایپوگرافی‌هـا ماشـینی‌اند امـا در گرافیتـی همیشـه اجـرای زنـده صـورت می گیـرد و سـاختن حـروف بـا دسـت و بـدون محدودیـت در فـرم بـه وقـوع می‌پیونـدد. بـا ایـن حـال در انـواع جدیـد هنـر خیابانـی نیـز می‌توانیـم نمونه‌هـای تایپوگرافیـک بدیعـی را مشـاهده کنیـم.

تاریـخ حـروف در گرافیتـی، تاریـخ پیچیـده شـدگی اسـت. توجـه کنیـد کـه چطـور حـروف و امضاهـا در ابتـدا سـاده و خوانـا بودنـد: حتـی نوشـته‌های حبابـی هـم خوانـا بودنـد. هـر چـه گذشـت، مثـلا در دهـه هشـتاد بـا محبوبیـت وایلـد اسـتایل، حـروف پیچیـده تـر شـدند و آن امضاهـا و تروآپ‌هـا جـای خـود را بـه آثـاری دادنـد کـه خوانـدن آن‌هـا دشـوارتر بـود. در واقـع نوشـته بـه نوعـی لوگـو یـا نشـان تبدیـل شـد. ایـده نهفتـه در

جریـان پیچیده‌سـازی ایـن بـود کـه می‌شـد افـراد را بـر اسـاس این‌که می‌تواننـد گرافیتـی را بخواننـد و یـا از آن سـر در نمی‌آورنـد بـه دو گـروه تقسـیم کـرد: خودی‌هـا و غریبه‌هـا. بدین‌ترتیـب هـر کسـی نمی‌توانسـت نوشـته روی دیـوار را بخواند.حتـی پلیس‌هـا هـم بایـد سـاعت‌ها بـرای خوانـدن و تشـخیص نام‌هـا زحمـت می‌کشـیدند، در حالـی کـه خـود گرافیتی‌کارهـا در نـگاه اول می‌توانسـتند نام‌هـا را تشـخیص دهنـد: درسـت همچـون گروهی کـه زبـان یکدیگـر را می‌فهمنـد.

واقعیـت ایـن اسـت کـه هـر شـخص می‌توانـد بـا دقـت و تعمـق بیشـتر در شـیوه‌های مختلـف گرافیتـی، رفتـه رفتـه نوشـته‌های آنـان را بـه راحتـی بخوانـد، ارتباطـات نهفتـه در آن‌هـا را شناسـایی کنـد یـا دسـت کـم برخـی حـروف را تشـخیص دهـد. در حقیقـت حتـی تـا زمـان گسـترش سـبک وحشـی نیـز گرافیتـی هنـوز بـه عالـم متـن نزدیـک بـود. امـا پـس از آن رفته‌رفتـه قانون‌هـای بیشـتری شکسـته شـدند و گرافیتـی تبدیـل شـد بـه بـازی تصویـری بـا واژگان: یـک تجزیـه نظام‌منـد. اشـکال نوشـتاری در گرافیتـی بـه ده‌هـا یـا شـاید صدهـا سـبک و روش مختلـف انشـعاب یافتنـد و کار در هـر یـک بـه زمینـه ای تخصصـی و ویـژه تبدیـل شـد. گاهـی بـه مسـیر سـه بعـدی افتـاد، گاه بیشـتر بـه سـمت تصویـر بودگـی رفـت تـا متـن بودگـی، گاه بـه دنیـای خطاطـی و خوشنویسـی تمایـل یافـت و گاه بـه سـوی انتـزاع هجـوم بـرد.

گرافیتـی نـه تنهـا توانسـته در زبـان نوشـتاری، الفبـا را بـه سـمت اندیشـه‌نگاری پیش‌بـرد و اسـتفاده رسـمی از الفبـا را نقد‌کنـد بلکـه سـاختار نوشـتار را می‌شـکند و در نهایـت بـه جایـی می‌رسـد کـه نوشـتار را اسـتادانه و بـه روشـی فـردی خلـق می‌کنـد. در دنیـای گرافیتـی بـه اسـتادانی بـر می‌خوریـم کـه اثرشـان اسـتادانگی و قـدرت آثـار رافایـل[۲۶] را داراسـت. قبـل ازگرافیتـی چنیـن مهـارت و کاری روی نوشـتار نشـده بـود. حتـی در آثـار خوشنویسـان هـم ایـن همـه از رنـگ، بُعـد، پرسـپکتیو و ترکیب‌بنـدی خبـری نبـوده اسـت. عنصـر زیبایی‌شناسـانه نوشـتار در گرافیتـی، شـره ی رنـگ اسـت: شـره کـردن رنـگ نشـان

26 Raphael



کاکاده / کاکاده ۲۰۱۲ / بوخوم / آرشیو عکس کلاه استودیو

می‌دهد که گرافیتی یا امضا از رنگ ساخته شده است و رنگ‌ها روی سطوح سرازیر می‌شوند و در مرحله ای کاملا خشک شده، گویی لحظه ای ثبت می‌شود. آیا این نوعی مستندنگاری زبانی و تصویری تلقی نمی‌شود؟

از برخی ویژگی‌های گرافیتی نوشتاری در صنعت سرگرمی نیز استفاده شد. زمانی که گرافیتی کارها آثار خود را در گالری نمایش دادند گرافیتی راه جدیدی را آغاز کرد. از «متن بودن» به سمت «تصویرشدن» و رفته رفته به سوی فاصله گرفتن از کلام پیش رفت. نوشتار در نقاشی استفاده می‌شد. در دستان یک کاراکتر، در حال از هم گسستن و پاره شدن، سوار بر باد، بر فراز یک آسمان‌خراش، درمیان ابرها و در حال برخورد با صاعقه. متن، گاه فشرده و نا خوانا می‌شد و گاه از دل دیوار در می‌آمد. «کلمه» آنجا وجود داشت، اما گاه در حال سوختن، گاه زیر خاک و سنگ و آهن وگاهی چرخیده و درهم‌تنیده تصویر می‌شد. این یعنی بردن حروف و زبان به موقعیت‌هایی تجربه نشده.

به هر حال اگر ما قبول کنیم که آینده ای داریم. زبان والبته زبان‌نوشتاری نیز آینده‌ای خواهند داشت. برخی در این‌باره به هایپرتکست اشاره می‌کنند اما بنا بر

باور کریسپین استارتول[27] گرافیتی یکی از راه‌های آینده زبان خواهدبود. راهی که زبان نوشتاری، خود را از قانون‌محوری و کلیشه بودگی خلاص می‌کند. اما این هم مانند هایپرتکست به عناوین گوناگون مورد دستبرد و بهره برداری از سوی نظام‌های حاکم قرار خواهد گرفت. همان‌طور که هنر آوانگارد چنین سرنوشتی یافت یا همان‌طور که هنر طراحی گرافیک به این دام افتاد. این البته به تقلیل‌پذیری هنرها بستگی دارد.

گرافیتی: هنر زیرزمینی

گرافیتی و هنرخیابانی به طور کلی از هنرهای زیرزمینی محسوب می‌شوند. هنر زیرزمینی، هنری است که به چارچوب‌ها و عادات هنر رسمی باور نداشته و آن‌ها را به چالش می‌کشد. موسیقی، نمایش، ادبیات و هنرهای تجسمی زیرزمینی مجموعه ای از خرده فرهنگ‌هایی را تشکیل می‌دهند که به بازار هنر و فرهنگ پشت می‌کنند. زیرزمینی بودن هنرها هیچ ارتباط مستقیمی با فعالیت‌های سیاسی ندارد اما هستند گروه ها یا هنرمندان زیرزمینی که تمرکزشان بیشتر متوجه انتقادات اجتماعی و سیاسی است. در این‌جا قصد نداریم تاریخچه هنر زیرزمینی و تجربه‌های مستقل هنرمندان در قرن اخیر را بازگو کنیم بلکه می‌خواهیم به طور کوتاه به چند فصل مشترک میان گرافیتی و هنر زیرزمینی بپردازیم.

هنرمند زیرزمینی خود را در چارچوب گالری‌ها و عرصه‌های رسمیِ ارایه اثرش محدود نمی‌کند، درست همان‌طور که در گرافیتی بدان عمل می‌شود. یعنی هنرمند اثر خود را نه در گالری و حتی نه روی بوم، که بر سطح شهر نمایش می‌دهد و این کار عملا بیانیه‌ای است در مخالفت با انحصاری‌کردن فضای هنر. هنرمند گرافیتی همچنین با این کار خود موافقتش را با میرا بودن اثرش اعلام می‌نماید: ممکن است اثر او را پاک کنند یا روی آن نقاشی دیگری بکشند. او اثرش را برای فروش عرضه نکرده است. او اثرش را برای تبلیغ خودش عرضه نکرده است. اثر او

27 Crispin Sartwell



استودیوی هنر زیرزمینی / اِوِر فِرِش استودیو / ملبورن ۲۰۰۸ / آرشیو عکس کلاه استودیو

بخشی از وجود اوست که در محیط عمومی به اشتراک گذاشته شده و در ازای آن طلبی ندارد. از این گذشته، شعار هنر زیرزمینی این است که «ما برای بیان، منتظر کسب اجازه نمی‌مانیم» و این دقیقا چیزی است که گرافیتی کارها به آن باور دارند. آن‌ها برای بیان افکارشان کسب اجازه نمی‌کنند و خود را در تمامی ابعاد محیط اجتماعی آزاد می‌دانند. گرافیتی کارها همین‌طور در نوع نگاهشان به هنرعامه نیز با هنرمندان زیرزمینی همراه هستند. آن‌ها باور دارند که محبوبیت و شهرت رسانه ای معیار قابل اعتنایی برای ارزیابی موفقیت هنری و فرهنگی نیست: در گرافیتی «واقعی بودن» به «شهرت» ارجحیت دارد. فرانک زاپا می گوید:«بازار به دنبال تو می‌آید ولی تو باید به زیرزمین برگردی.»

گرافیتی: سفر

بیشتر گرافیتی کارها اهل سفر کردن هستند، آن‌ها دست‌کم برای انتشار امضا، استیکرها و یا گرافیتی‌های خود ناچارند در شهر یا محله سکونت خود از نقطه ای

بـه نقطـه ای دیگـر سـفر کنند. سـفر بـه عنـوان یکـی از راه‌هـای کسـب تجربـه، در میـان اهالـی گرافیتـی مقولـه ای آشناسـت. فرهنـگ هیچ–هایکینـگ یـا سـفر بـا بودجـه پاییـن و بـا مقصـد نامعلـوم در میـان گرافیتـی کارهـا از دهـه ۸۰ میـلادی رواج یافـت. گرافیتی کارهـا بـه شـهرها و حتـی کشـورهای دیگـر می‌رونـد و بدیـن ترتیـب در شـهرهای دیگـر نیـز از خـود آثـاری بـه جـا می گذارنـد. گاه ایـن سـفرها بـا برنامـه و زمان‌بنـدی دقیـق تـری انجـام می‌شـود و شـکل یـک تـور گرافیتـی را پیـدا می کنـد. در جریـان تورهـا، آن‌هـا از چنـد شـهر یـا کشـور عبـور می کننـد و ضمـن آشـنایی بـا گرافیتی‌کارهـای آن ناحیـه بـه کسـب تجربـه و اثر‌گـذاری در طـی راه می‌پردازنـد. در دهـه نـود میـلادی بـه خصـوص در اروپـا، تورهای گروهـی یـا انفـرادی گرافیتـی کارهـای اروپایـی و آمریکایـی موجـب شـکل گیـری رفاقت‌هـا و گروه‌هـای بیـن المللـی متنوعـی شـد و شـبکه‌هایی از ارتباطـات ایـن هنرمنـدان در کشـورهای مختلـف شـکل گرفـت. ایـن تورهـا و سـفرها تاثیـری شـگفت‌آور بـر گسـترش و تنـوع اسـتایل‌ها و شـیوه‌های‌مختلف‌بیان گذاشـت. در نبـود اینترنـت و مجـلات کثیـر الانتشـار، ایـن سـفرها بودنـد کـه جوانـان را از وجـود یکدیگـر و یـا حتـی از شـیوه‌کار و یـا حـال و هـوای ذهنـی یکدیگـر بـا خبـر می کردنـد. امـروزه نیـز سـفرها و تورهـا در دنیـای گرافیتـی رواج دارنـد و افـراد زیـادی تنهـا بـرای کشـیدن یـا حتـی دیـدن گرافیتـی در سـرتا سـر جهـان سـفر می کننـد. شـهرهای بـزرگ اروپـا از جملـه مهم‌تریـن مقاصـد هنرمندان‌خیابانـی در سـال‌های اخیـر هسـتند.

گرافیتی: بازار هنر

هیـچ فـردی در شـرایط عـادی، بـه طمـع سـود و کسـب درآمـد جـذب حرفـه ای هنـری نمی‌شـود چـرا کـه هنرمنـد شـدن نیازمنـد صبـر و قناعـت‌ورزی بسـیار اسـت. هنرمنـدان گرافیتـی نیـز در ابتـدا بـه هـدف فـروش آثارشـان وارد ایـن حرفـه نمی‌شـوند.اغلب گرافیتی‌کارهـا حتـی آثـاری روی بـوم خلـق نمی‌کننـد. در حقیقـت ایـن یـک امتیـاز در دنیـای گرافیتـی محسـوب نمی‌شـود بلکـه مقولـه ای اسـت کامـلا مجـزا. همان‌طـور کـه یـک نانـوا، یـک وکیـل دادگسـتری یـا یـک کارمنـد سـاده ممکـن اسـت بـه گرافیتـی اشـتغال داشـته باشـد یـک هنرمنـد هـم ممکـن اسـت بـه گرافیتـی بپـردازد. مثـال تاریخـی ایـن ادعـا

آثـار کیت‌هارینـگ اسـت. او یـک هنرمنـد بـود کـه در کنـار کارهـای اسـتودیویی خـود آثـار خیابانـی و دیـواری بسـیاری را خلـق کـرده اسـت. هـدف وی بیـان هنـری دیدگاه‌هـا و احساسـات خـود بـوده اسـت و نـه اجـرای صـرف یـک ایـده بـرای جـذب خریـدار.

در سـال‌های اولیـه دهـه هشـتاد میـلادی برخـی از گالـری‌داران و شـبکه‌های نگهـداری از آثـار هنـری بـه ایـن نتیجـه رسـیدند کـه آثـار برخـی از گرافیتـی کارهـا از ارزش‌هـای فرهنگـی و هنـری ویـژه ای برخـوردار هسـتند. عـده ای کـه روی کار خـود تمرکـز بیشـتری داشـته یـا آثـاری بـا ویژگی‌هـای بصـری منحصـر بـه فـرد خلـق می‌کردنـد. خریـداری ایـن آثـار و برپایـی نمایشـگاه‌هایی از ایـن آثـار شـروعی بـود بـر آشـنایی مجموعه‌داران آثـار هنـری بـا ایـن هنرجدیـد و هنرمنـدان جـوان آن. طـی سـال‌های اخیـر و بـا گشـایش فضـای بـاز اطلاعاتـی در اینترنـت، جوانـان زیـادی بـا دسترسـی بـه اطلاعـات، از بـازار خریـد و فـروش ایـن آثـار اطـلاع پیـدا کـرده و در ذهـن خـود رویـای شـهرت و کسـب سـود از طریـق گرافیتـی و هنـر شـهری را می‌پرورانند. ستاره‌سـازی‌های رسـانه ای بـه خصـوص در حـوزه اینترنـت توانسـته دیدگاهـی نادرسـت را در ذهـن جوانـان علاقه‌منـد بـه گرافیتـی بـه وجـود آورد: گرافیتـی بـه عنـوان شـغل.

کیت‌هارینـگ، در آوریـل سـال ۱۹۸۷ در محلـه سـوهوی نیویـورک، مغـازه ای را اجـاره کـرد و در آن تی‌شـرت، گل سـینه، کیـف، مجسـمه، عروسـک و لیوان‌هایـی را کـه خـودش آن‌هـا را نقاشـی کـرده بـود ارایـه کـرد. نـام مغـازه او پـاپ شـاپ بـود و بـه گالـری کوچکـی شـبیه‌بود.هارینگ ایـن مغـازه را نـه یـک دکان، بلکـه یکـی از آثـار خـود می‌دانسـت و درون آن را بـه تمامـی –از زمیـن تـا سـقف– نقاشـی کـرده بـود. قصـد کیت‌هارینـگ ایـن بـود کـه بتوانـد آثـارش را مسـتقیما و بـا قیمتـی مناسـب در دسـترس عمـوم قراردهـد. منتقـدان دنیـای رسـمی هنـر نقدهـای فراوانـی در مخالفـت بـا ایـن کارهارینـگ منتشـر کردنـد اماهارینـگ بـر سـرِ ایـده خـود مانـد و سـعی کـرد آثـارش را بـه ایـن شـیوه بـرای عمـوم قابـل دسـترس سـازد. دوسـتان و هـواداران کیت‌هارینـگ از جملـه «انـدی



گالری هنر خیابانی / کونست اجنتین / کلن / آرشیو عکس کلاه استودیو

وارهـول» او را در ایـن راه پشـتیبانی می‌کردنـد. (بنیادهارینـگ)

برخـی دنیـای گرافیتـی امـروز را بـه دنیـای مـد یـا دنیـای پـورن تشـبیه می کننـد و گرافیتـی را پورنوگرافـی دنیـای هنـر می‌نامند.گرافیتی‌کارهـای مختلـف در دوره ای شـهرت و محبوبیـت رسـانه‌ای یافتـه و سـپس بـه فراموشـی سـپرده می‌شـوند و بـرای رسـانه‌ها و گالـری دارهـا کسـالت آور و غیـر قابـل ارایـه تلقـی می‌شـوند: همچـون سـتاره‌های دنیـای پـورن.

بـازار هنـری گرافیتـی همیشـه بـه چهره‌هـای نـو و جـوان نیـاز دارد و حراجی‌هـای معتبـر و موزه‌هـای بزرگـی در سرتاسـر جهـان از چیـن وهنگ‌کنـگ گرفتـه تـا پاریـس، بروکسـل، آمسـتردام و نیویـورک تمرکـز خـود را روی جنبـش هنرخیابانـی گذاشـته‌اند و رکوردهـای بی‌سـابقه ای را در حـوزه ارقـام فـروش ایـن آثـار بـه ثبـت رسـانیده‌اند.

ورود بـازار و دلال‌هـای هنـری بـه حـوزه گرافیتـی مثـل تمامـی حوزه‌هـای فرهنگـی باعـث القـای نـگاه بـازاری بـه جامعه گرافیتی کارهـا نیـز شـده و توانسـته توجـه بسـیاری را از

مفهـوم آزاد و رهـای گرافیتـی بـه سـمت طراحـی و ایجـاد آثـار قابـل فـروش منحـرف سـازد. بـه هـر حـال ایجـاد تـوازن میـان هنـر و بـازار از دشـواری‌های هنـر بـه عنـوان یـک حرفـه و شـغل اسـت.

آثـار و خـود هنرمنـدان گرافیتـی بـر اسـاس معیارهـای گوناگونـی ارزش گـذاری می‌شـوند. قابـل ارایـه بـودن آثـار، اخـلاق حرفـه‌ای، بدعـت، تاثیرگـذاری اجتماعـی، بیـان جـذاب، ارزش‌هـا زیبایی‌شناسـانه و یـا حتـی توانایـی ارتباطـات اجتماعـی از جملـه معیارهایـی هسـتند کـه در دنیـای رسـمی و بـازار هنـر نقـش تعییـن کننـده ای را ایفـا می‌کننـد. بـا ایـن معیارهـا، شـاید بیـش از نـود درصـد کسـانی کـه بـه گرافیتـی می‌پردازنـد و حتـی آن‌هـا کـه آثـار بدیـع و تاثیر گـذاری را ارایـه می‌دهنـد بیـرون از دایـره خریـد و فـروش آثـار قـرار بگیرنـد.

بـد نیسـت بـرای روشـن تـر شـدن ایـن موضـوع نگاهـی داشـته باشـیم بـه بخشـی کوتـاه از مصاحبـه هایکـه دروانتـز[۲۸] بـا کارلـو مک‌کورمیـک[۲۹] منتقـد هنری‌سـاکن نیویـورک:

کارلـو مک‌کورمیـک: چـه چیـز همیـن حـالا در هنـر خیابانـی می‌گـذرد؟ هرچـه در بـازار هنـر بالاتـر بـروی اصـلا کسـی نمی‌دانـد در هنـر خیابانـیِ امـروز چـه می‌گـذرد. لازم هـم نمی‌دانـد کـه بدانـد. اصـلا در حـوزه گفتمانـیِ آن‌هـا چیـزی از ایـن دسـت جایـی نـدارد. پـس بـه نادیـده گرفتـن خـود ادامـه می‌دهنـد چـون نمی‌داننـد چـه چیـزی را از دسـت می‌دهنـد. حتـی اگـر آثـاری را بـه همـان فرهنـگ نسـبت دهنـد ولـی آن را جـزو خـود نمی‌بیننـد و اصـلا ایـن آثـار بـرای آن‌هـا قابـل دیـدن نیسـتند.

هایکه دروانتز: در آینده چطور؟

مـک کورمیـک : آینـده در خـودِ بـازارِ هنـر اسـت. اگـر بخواهنـد هنـر

28 Heike Derwanz
29 Carlo McCormick

خیابانی را هنر بدانند، با آن همان برخوردی را خواهند کرد که با گرافیتی کردند. چرا که در نگاه این گالری‌های پول‌ساز جایی برای گرافیتی وجود ندارد. آن‌ها خیلی راحت‌تر می‌توانند با یک فارغ التحصیل دانشگاه هنر سر و کله بزنند و زبان هم را بفهمند. معلوم است که یک دانشجوی «یو سی ال ای» بهتر می‌تواند خودش را به یک گالری ارایه دهد. چطور می‌خواهی یکی از این بچه‌ها را بنشانی تا درباره ارتباط اثرش با آثار «دانلد جاد» برایت فلسفه ببافد؟ معلوم است که نمی‌تواند. این بچه‌ها ابزارش را ندارند. آن‌ها سهمی از این گفتمان ندارند. آن‌ها بیرون این بازار خواهند ماند. مهم نیست چطور، ولی این دو در موازات هم هستند.

گرافیتی: اینترنت

گسترش شبکه جهانی اطلاعات خیلی سریع دنیای گرافیتی را به خود وابسته کرد. با به راه اندازی سایت‌هایی مثل آرت کرایمز[30] (جنایات هنری) تصاویر گرافیتی راه خود را بیشتر و بیشتر به صحنه فضای مجازی بازکردند. ورود گرافیتی به اینترنت در سال‌های نیمه‌دوم دهه‌نود میلادی آغاز و با ورود به قرن جدید رو به گسترش نهاد. گرافیتی کارها ابتدا با استفاده از امکان پست الکترونیک توانستند با هم مکاتبه داشته باشند و عکس آثار و طرح‌هایشان را با یکدیگر به اشتراک بگذارند، برای سفرهایشان برنامه‌ریزی کنند یا مکان دیوارهای مورد نظرشان را مشخص کنند. کم‌کم وبلاگ‌ها و سایت‌های مرتبط با گرافیتی و هنرشهری پا به عرصه گذاشتند. پیش ازآن مجلات و کتاب‌های اغلب زیرزمینی یا خرده فرهنگی بودند که مجموعه‌هایی از آخرین خبرهای دنیای گرافیتی را منعکس می‌کردند اما با تولد فضای مجازی حتی علاقه‌مندان به هنر خیابانی نیز به رسانه‌های تخصصی هنرخیابانی بدل شدند. دیگر با کمی جستجو می‌شد از آخرین گرافیتی‌ها و نقاشی‌های روی دیوارهای شهری دیگر باخبر شد.

30 Artcrimes.com

با ظهور شبکه‌های اجتماعی وابستگی دنیای گرافیتی به اینترنت دو چندان گشت. شبکه اجتماعی «مای‌اسپیس» مملو بود از گرافیتی کارهایی که در گروه‌های خود مشغول رد و بدل کردن تصاویر، پیام‌ها و دانش خود با هم‌فکرانشان بودند. با راه اندازی سایت‌های اشتراک گذاری عکس، چون فلیکر، عده کثیری از اهالی هنرخیابانی و گرافیتی از سرتاسر جهان به آن هجوم بردند. سایت فلیکر در دهه اول قرن حاضر از مهم‌ترین مراکز پیوند هنرمندان خیابانی و اشتراک گذاری آثار گرافیتی از همه نقاط جهان بود. گرافیتی کاران و هنرمندان خیابانی در قالب گروه‌هایی تخصصی به اشتراک گذاری عکس ها و تجربیاتشان می‌پرداختند. اینترنت همچنین امکان انتشار بین المللی فراخوان‌های هنری را فراهم کرد. بدین ترتیب اخبار جشنواره‌های زیرزمینی و مستقل گرافیتی و گردهمایی‌های این هنرمندان، به کمک شبکه جهانی اطلاعات منعکس شد و امکان جذب هنرمندان بین المللی به وجود آمد. نمایشگاه‌های گروهی زیادی بدین‌ترتیب شکل گرفت. اینترنت به گرافیتی کاران فرصت داد تا فضای اجتماعی جدیدی را بمباران کنند. جذابیت اینترنت در نزد اهالی گرافیتی به ویژه از آن روی بیشتر شد که اینترنت آنان را در استفاده از هویت‌دوم و پنهان نگاه داشتن هویت اصلی (ناشناس ماندن) آزاد می گذارد.

کاری که در خیابان اجرا می‌شود، ظرف چند ساعت توسط خودهنرمند و گاه دیگران روی فضای اینترنت برای همه جهان قابل دسترسی خواهد بود: کسی در میلان راه می‌رود و می‌تواند از طریق گوشی موبایلش صفحات اینستاگرام یک هنرمندخیابانی در کرمان را ورق بزند یا بالعکس. در عصر اینترنت دیگر لازم نیست در خیابان‌های بریستول قدم زده باشید تا هروقت اسم گرافیتی را می‌شنوید یاد بنکسی بیافتید. بنکسی، در شهر شما است: در جیبتان، در گوشی موبایلتان و هر روز با شما از خانه خارج شده و شب‌ها با شما به خانه باز می گردد.

گه‌گاه نمونه‌هایی از گرافیتی به عنوان تصاویر و ویدیوهای محبوب و پربیننده‌جهانی (وایرال) توسط میلیون‌ها نفر در همه جای دنیا دیده و اشتراک گذاری

می‌شـوند. تصویـر نقاشـی‌دیواری پاولـو ایتـو[31] در سـااو پاولـو[32] بـر ضـد جام‌جهانـی برزیـل **۲۰۱٤** یکـی از نمونه‌هـای تاثیـر اینترنـت در دیده‌شـدن گرافیتی‌هاسـت: نزدیـک بـه یـک میلیـارد بیننـده طـی ٦ روز. پاولـو ایتـو تصویـر کودک گرسـنه برزیلـی را کشـیده بـود کـه بـه جـای غـذا، در بشـقاب او یـک تـوپ فوتبـال گذاشـته‌اند. در نبـود اینترنـت، اثـر وی نمی‌توانسـت حتـی بـه چشـم میلیون‌هـا بیننـده در کشـور خـودش بیایـد امـا بـا اسـتفاده از اشـتراک گذاری‌های اینترنتـی، از فـردای آن روز سـیل عکس‌هـا و ایده‌هـای گرافیتـی کاران از شـهرهای مختلـف جهـان، در انتقـاد و اعتـراض بـه برگـزاری جـام جهانـی در برزیـل بـه راه افتـاد و وبلاگ‌هـای مرتبـط بـا هنرخیابانـی بـه انتشـار آثـار شـهری متنوعـی در ایـن بـاره پرداختنـد.

گالری‌های مجـازی، مجلات اینترنتـی و تالارهـای گفتگـو از جملـه دیگـر پدیده‌هـای اینترنتـی مرتبـط بـا هنـر شـهری و گرافیتی‌انـد. هنرمنـدان می‌تواننـد آثارشـان را بـرای فـروش در ایـن گالری‌هـا ارایـه دهنـد، بی‌آن‌کـه بـرای آنـان خرجـی داشـته باشـد یـا نیـازی بـه پذیرفتـه شـدن در دنیـای هنـر داشـته باشـند. مجـلات اینترنتـی کـه بنـا بـر طبیعـت محتوایشـان فضایـی رنگارنـگ دارنـد بـرای مخاطبیـن اینترنـت و خـود گرافیتی‌نویسـان بسـیار جـذاب و دل‌ربـا هسـتند. گرافیتی‌نویس‌ها آثارشـان را بـرای ایـن مجـلات ارسـال می‌کننـد و از ایـن طریـق می‌تواننـد اثـر خـود را بـه مخاطبیـن بیشـتری ارایـه کننـد. تبلیغـات محصـولات گرافیتـی از جملـه ماژیک‌هـا و قوطی‌هـای اسـپری نیـز بیشـتر از طریـق محتـوای همیـن مجـلات اینترنتـی انجـام می‌گیـرد. ویدیوهـا و تصاویـر، اغلـب حکـم آگهی‌هـای تبلیغاتـی را دارنـد. برخـی سـایت‌های پـر بیننـده گرافیتـی، بـرای معرفـی یـک هنرمنـد مبلغـی دریافـت می‌کننـد و برخـی دیگـر بنـا بـه سـلیقه خودشـان محتـوای سـایت خـود را انتخـاب و دسـته بنـدی می‌کننـد. اگـر فکـر کنیـم کـه ایـن مجـلات و تالارهـای گفتگـوی مجـازی، محیطـی مختـص سـرگرمی و تبادل‌نظـر جوانـان هسـتند بـی شـک بخـش بزرگـی از کارکـرد آن‌هـا را نادیـده گرفته‌ایـم، چـرا کـه بـه خصـوص در سـال‌های اخیـر، بیشـتر جهت‌گیـری ایـن رسـانه‌ها و شـبکه‌های گفتگـو در پشـتیبانی از اهـداف شـبکه‌هایی اسـت

31 Paulo Itto
32 Sao Paulo

که در طی سال‌ها وارد دنیای گرافیتی شده و بر بازار آن مسلط هستند. بد نیست به یک نمونه واقعی اشاره کنیم یعنی اتفاقی که برای جوشا آ. هریس افتاد :

در مارس سال ۲۰۰۸ میلادی، یکی از وبلاگ‌های صاحب نام هنر خیابانی، اثری از این هنرمند جوان را با مخاطبین خود به اشتراک گذاشت. بلاگرهای این وبلاگ که یک زوج میلیونر نیویورکی هستند، یک شب قبل تر و در جریان یک میهمانی شام، این اثر را در گوشی موبایل یکی از دوستان‌شان دیده و از او اجازه خواسته بودند تا آن عکس را در وبلاگ خود منتشر کنند. بعد از انتشار آن اثر– که حتی نمی‌دانستند هنرمند آن کیست –سروکله صاحب اثر پیدا شد. جوشا، به گفته خودش، اصلا قصد نداشت که با ارایه آن اثر تبدیل به یک نام مهم در بازار هنرخیابانی شود بلکه اثرش را صرفا به قصد ارایه در کلاس درس در مدرسه هنرهای تجسمی نیویورک اجرا کرده بود. بعد از این موفقیت اینترنتی اثرش در جلب مخاطب، جوشا تصمیم گرفت که همین شیوه را به عنوان یک هنرمند خیابانی دنبال کند. او در ماه‌های بعدی آثار بیشتری با همان تکنیک خلق کرد. در کمتر از یک سال مصاحبه او در بزرگ‌ترین مجلات فرهنگی نیویورک منتشر شده و آثارش مورد توجه گالری‌ها و مجموعه داران آمریکایی واقع شد.

آیا «جوشا» در نبود اینترنت و بدون تصمیم اتفاقی صاحبان آن وبلاگ، باز هم به خلق آن آثار شهری ادامه می‌داد؟ سایت‌ها و وبلاگ‌ها وزنه‌ای مهم در بازار هنر شهری هستند، چرا که امکان ارایه آثار برای مخاطبین خاص با سلایق متفاوت را مهیا می‌سازند. مخاطبینی که شاید هرگز از کنار دیوارها عبور نکنند. قضاوت درباره «نیکی» و «بدی» این اتفاق بسته به نگاه شخصی ما دارد، اما طرح سوال که آیا این امکان می‌تواند هنرمندان شهری و جریان هنر شهری را جهت بخشد خالی از اهمیت نیست.

اینترنت علاوه بر نقش رسانه ای‌اش در جهت‌دهی به صحنه گرافیتی و بازار

خرید و فروش آثار این هنرمندان به عنوان وسیله و رسانه برای اجرای آثار هنر شهری نیز به کار گرفته شده و می‌شود. آثاری که می‌توانند داده‌های برخط (آنلاین) را بر روی دیوارهای عمومی به نمایش بگذارند یا آثاری یکسان که هم‌زمان در مکان‌های متفاوت دیده می‌شوند، استفاده از رمزینه‌های پاسخ‌آنی (کدهای کیو.آر) به عنوان بر چسب یا در قالب شابلون که می‌توانند مخاطب را به صفحه ای یا فایلی در فضای مجازی هدایت کنند، همه از نمونه‌های به کارگیری اینترنت در اجرای هنرخیابانی هستند. طی سال‌های گذشته، گروه‌های زیادی به تجربه و ارایه آثار خیابانی مرتبط با اینترنت پرداخته‌اند.

ارتباط دیگر گرافیتی با دنیای اینترنت هکرها هستند. آن‌ها گرافیتی‌کارانِ کدهای شبکه‌اند. هکرها همچون گرافیتی‌کاران از نام مستعار استفاده می‌کنند. هکرها امضا دارند. آن‌ها امضای خود را بر روی صفحاتِ اول بسیاری از سایت‌ها (قربانیان‌شان) ثبت می‌کنند و از این طریق میلیون‌ها بازدیدکننده، نامشان را می‌خوانند، بی‌آن‌که دقیقا بدانند مفهوم آن چیست. هکرها نظم را به هم زده و نقاط ضعف را نشانه می‌گیرند. آن‌ها در فضای تاریک کدها و از حصار نرم افزارهای امنیتی می‌گذرند و اثر خود را خلق می‌کنند. هکرها مانند گرافیتی‌کاران هر چه پیش می‌روند بیشتر با پارادوکس گمنامی ـ شهرت مواجه می‌شوند. آنان نیز هویتی دوگانه را تجربه می‌کنند: اعجوبه کامپیوتر ـ خرابکار.

هکرها نیز چون گرافیتی کارها «توی»، «امضا زن» و «کینگ» دارند. مثال‌های زیادی در این‌زمینه قابل برشماری هستند. هرچند که کار هکرها معمولا هیچ جنبه زیبایی‌شناسانه بصری قابل ملاحظه‌ای ندارد، اما به لحاظ فکری می‌توان آثار آن‌ها را به مانند اثری هنری مورد ارزیابی قرار داد: البته اگر باور داشته باشیم که «هنر وسیله‌ای ارتباطی است که منجر به تحریک احساسی در انسان یا دعوت او به تفکر شود.»

اگـر وب سـایت شـما هـک شـود و روی صفحـه اول آن چنـد کلمـه بـی ربـط مشـاهده کنیـد حتمـا می‌گوییـد یـک جـوان بـی کار ایـن کار را کـرده اسـت. امـا اگـر وب‌سـایت شـما هـک شـود و روی صفحـه اول آن یـک شـعار سیاسـی یـا ایدیولوژیـک نوشـته شـود، احتمـالا بدنتـان بـه لـرزه خواهدافتـاد و بـه فکـر می‌رویـد. هکرهـای زیـادی هسـتند کـه بـا ایـن روش پیام‌هـای خـود را بـه نظـر میلیون‌هـا کاربـر سـایت‌های رسـمی می‌رسـانند.

هکرهـا در شـبکه مجـازی رشـد کـرده و سـعی در تصاحـب موقعیت‌هـا دارنـد و گرافیتی‌کارهـا در شـبکه شـهری !!!


VANDALZ



Constanza Macras | DorkyPark
& Oscar Bianchi
The Past
Premiere am 27.11.2014
schaubühne
Ach Volk
du obermieses
www.volksbuehne-berlin.de
ANGELS' SHARE
NICO AND THE NAVIGATORS & Urban Strings
Tattoo Festival
13.-14. Dezember 2014 Berlin
ALLE
TAGE
Adam Linder
Parade
27.-30.11. / HAU3


allô ?

شناخت واژگان و تعاریف در دنیای گرافیتی

علاوه بر نگاه عموم یا تعاریف پژوهشگران در رابطه با گرافیتی به عنوان یک پدیده، باید در نظر داشت که گرافیتی از درون، بر اساس فرهنگ رایج بین جوانان علاقه‌مند به این پدیده و یا خود گرافیتی‌نویسان و هنرمندان‌خیابانی، دایره واژگان خود را یافته و مفاهیمی را در گذر زمان به فرهنگ‌لغات خود افزوده است. در حقیقت پذیرفتن گرافیتی به عنوان پدیده ای خرده فرهنگی خواه نا خواه ما را به چنین نتیجه ای می‌رساند چراکه هر فرهنگ از عناصر تاریخی، جغرافیایی و زبانی ویژه‌ای برخوردار است که وجه تمایز آن با دیگر فرهنگ‌ها یا خرده فرهنگ‌هاست. در این بخش از کتاب سعی داریم با گروهی از شناخته شده ترین قوانین و نیز اصطلاحات مربوط به گرافیتی آشنا شویم. آشنایی با این تعاریف می‌توانند ما را درمواجهه صحیح‌تر با پدیده گرافیتی یاری دهد.

قوانین معروف به قوانین نانوشته گرافیتی

با وجود این‌که همه گرافیتی‌نویس‌های دنیا یکدیگر را نمی‌شناسند و انگیزه‌های آنان لزوما یکی و هم‌خوان نیست اما تقریبا در همه جای دنیا قوانینی نوشته نشده در صحنه گرافیتی جریان دارند. در ادامه به بعضی از این قوانین اشاره می کنیم:

– احترام خودت را نگه دار: بدترین کار در گرافیتی خط یا نقاشی کشیدن بر کار دیگران است. امروزه با وجود دیوارهای آزاد این کار از قبح کمتری در میان گرافیتی‌نویسان برخوردار است اما اثرگذاری روی آثار شبانه که در شهر اجرا می‌شوند، کماکان نوعی بی‌احترامی مستقیم و بی‌پروا محسوب شده و می‌تواند عواقب پیچیده‌ای در پی داشته باشد. زد و خورد، دعوا و یا انتقام‌جویی به روش نقاشی کشیدن روی کار یکدیگر یا گاه مشاجرات کلامی می‌تواند از جمله پیامدهای بی احترامی روی دیوارها باشد.

– ناشناس بمان: گمنام بودن مهم است و همه گرافیتی کارها سعی می کنند شناخته نشوند.گرافیتی کارهایی که شناخته می‌شوند کارشان سخت تر خواهد شد و بخشی از لذت گرافیتی را از دست می‌دهند.

– بقیه را رها کن: دنیای درونی گرافیتی به دنیای بیرون ارجحیت دارد. به این معنا که آن‌چه در دنیای گرافیتی می گذرد با آن‌چه در جامعه جاریست متفاوت بوده و معیارهای گرافیتی بر معیارهای جامعه ارجحیت دارند.

– رسیک کن: در میان گرافیتی‌نویس‌ها میزان ریسک پذیری یک نکته مثبت به حساب می‌آید. یعنی علاوه بر تمامی عوامل مهم در ارزش گذاری یک اثرگرافیتی باید در نظر داشت که نسبت کیفیِ گرافیتی با مکان اجرایش در کسب افتخار برای صاحب آن مهم است. برای مثال یک امضای ساده در یک مکان پر ریسک و پر بیننده می‌تواند به اندازه یک نقاشی خیلی زیبا در یک مکان خلوت ارزش و امتیاز یابد.

– عناصـر را بشـناس: هـر گرافیتـی بایـد از سـاختار و عناصـر شـناخته شـده ای بـر خـوردار باشـد، بـرای مثـال گرافیتی کلاسـیک از عناصـری چـون فیل–این،های–لایـت، بـلاک و... تشـکیل شـده و هـر گرافیتـی کلاسـیک بایـد از چنیـن عناصـری برخـوردار باشـد. بدیـن ترتیـب گرافیتـی از اصـول زیبایـی شناسـانه شـفاهی بـر خـوردار اسـت کـه تنهـا در بیـن گرافیتـی نویس هـا درک و بـه کار گرفتـه می شـود و طبیعتـا تنهـا از جانـب آن هـا قابـل ارزش گـذاری می باشـد.

– ممنـوع بمـان: یکـی دیگـر از ارزش هـای مربـوط بـه نـگاه درونـی گرافیتی نویس هـا، ممنوعیـت کارشـان اسـت.گرافیتی واقعـی کمـاکان از ممنوعیـت بـر خـوردار اسـت و اختـلاف بیـن گرافیتـی روی دیوارهـای آزاد و گرافیتـی در دل شـهرها از نکاتـی اسـت کـه در میـان گرافیتـی نویس هـا همیشـه مـورد توجـه بـوده اسـت.

– بـازاری نبـاش: دور نگـه داشـتن انگیـزه کار در خیابـان از محیـط بـازار در گرافیتـی یـک ارزش تلقـی می شـود. گرافیتـی نویس هـا در واقـع از تجـارت یـا کسـب درآمـد دوری نمی کننـد بلکـه تـلاش می کننـد نگذارنـد پـول و کسـب در آمـد بـه عامـل انگیزشـی در کارشـان تبدیـل شـود. بـه بیانـی دیگـر آنـان گرافیتـی را یـک شـغل قلمـداد نمی کننـد.

– پـا را از گلیمـت درازتـر نکـن: گرافیتی نویس هـا معمـولا سـعی می کننـد یکدیگـر را از کار روی دیوارهـای اماکـن مذهبـی و تاریخـی منـع کننـد. در واقـع نگرش هـای متفاوتـی در گرافیتـی وجـود دارنـد. امـا اکثریـت گرافیتی نویسـان در جهـان سـعی می کننـد اماکـن تاریخـی و مذهبـی را از ایـن دایـره سـطوح مـورد نظرخـود خـارج دانسـته، بـا آن هـا بـه عنـوان نمادهایـی از بـاور مـردم بـه احتـرام برخـورد کننـد.

این هـا قوانینـی هسـتند کـه اغلـب گرافیتی نویس هـا در طـول کار خـود بـا آن هـا آشـنا می شـوند. ایـن قوانیـن عمومـی هسـتند و تقریبـا در اغلـب نقـاط جهـان بـه شـکل یکسـان انگاشـته می شـوند. بی احترامـی بـه ایـن قوانیـن شـفاهی و نوشته‌ناشـده می‌توانـد از اعتبـار و احتـرام یـک گرافیتی نویـس یـا یـک گـروه بکاهـد. بـرای مثـال رعایـت نکـردن بعضـی از قوانیـن بـالا می‌توانـد منجـر بـه اطـلاق لقـب «تـوی» بـه یـک شـخص بشـود.

«تـوی» یکـی از القـاب و واژگانـی اسـت کـه در دنیای گرافیتـی رواج دارد. بـد نیسـت در ادامـه بـا تعـدادی از ایـن واژگان و معانـی آن‌هـا آشـنا شـویم.

افشانه (اسپری)رنگ:

افشـانه رنـگ بـه قوطی‌هـای افشـانه ای گفتـه می‌شـود کـه رنـگ تحـت فشـار در آن‌هـا پـر شـده و بـا فشـار شاسـی، از محفظـه کوچکـی بـر سـطح مـورد نظـر پاشـیده می‌شـود. از ایـن «ابـزار» بـرای رنگ کـردن سـریع سـطوح متنوعـی ازقبیـل سـطوح چوبـی، پلاسـتیکی، فلـزی یـا... اسـتفاده می‌شـود. افشـانه‌ها مهم‌تریـن ابـزار کار هنرمندان گرافیتـی هسـتند و بدین‌ترتیـب پرفروش‌تریـن «کالا» در بـازار مصـرف مرتبـط بـا ایـن پدیـده محسـوب می‌شـوند. معـروف تریـن انـواع اسـپری در جهـان بـا نام‌هـای تجـاری کرایلـون، راسـتولیوم، مولوتـوف و مانتانـا شـناخته شـده‌اند. کـه دو برنـد اخیـر بیشـتر بـرای مصـارف هنـری کاربـرد دارنـد.

بـا بـه کارگیـری سـوپاپ‌ها و کلاهک‌هـای متنـوع، می‌تـوان غلظـت و پوشـانندگی سـطح رنگـی و نیـز قطـر خطـوط اسـپری‌هارا تغییـر داد. عـلاوه بـر ایـن شـرکت‌هایی ویـژه ماننـد مانتانـا و مولوتـوف دو گونـه متفـاوت اسـپری فشـار پاییـن، بـرای کنتـرل بیشـتر و ملایمـت در پاشـش رنـگ و فشـاربالا بـرای تقویـت سـرعت و اثـر گـذاری دقیـق تـر تولیـد کرده‌انـد. در داخـل قوطـی اسـپری یـک یـا چنـد گلولـه شیشـه ای، پلاسـتیکی یـا فلـزی قـرار می‌دهنـد کـه کار هـم زدن رنـگ داخـل قوطـی را بـدون نیـاز بـه بـاز کـردن آن انجام‌می‌دهنـد.

بسـیاری از هنرمنـدان و دیـوار نویسـان بـرای کار خـود از اسـپری رنـگ اسـتفاده می‌کننـد، بنابرایـن مـردم ایـن اسـپری‌ها را بـه عنـوان ابـزار گرافیتی‌نویس‌هـا می‌شناسـند. اسـپری رنـگ سـبک و قابل‌حمـل اسـت، رنگ‌هـای مناسـب و متنوعـی را شـامل شـده و کار بـا آن روی بسـیاری از سـطوح آسـان اسـت. کلاهک‌هـای مختلـف، امـکان اسـتفاده از تکنیک‌هـای متنـوع را فراهـم می‌آورنـد و ایـن همـه باعـث

شده است که نقاشان گرافیتی آن را بر انتخاب‌های دیگر ارجح بدانند. کنترل کیفیت پاشش رنگ و چیره دستی در استفاده از اسپری‌ها در ترسیم خطوط یا سایه‌زدن سطوح، مهارتی است که تنها با تمرین و تمرکز مستمر به دست می‌آید.

آل سیتی:

وقتی که امضای یک دیوار نویس به شکلی چشمگیر در همه جای شهر به چشم بخورد این صفت را به وی می‌دهند، یعنی که او در همه جای شهر حضور داشته و شهر را تصاحب کرده است.

بکگراند:

پس زمینه: رنگ یا طرحی که به دیده شدن بهتر اثر کمک می‌کند. پس زمینه باعث می‌شود امضاها یا نقاشی‌های قبلی جای خود را به اثری کامل تر بدهند. پس زمینه‌ها گاه رنگی یک دست هستند و گاه یک اثر نقاشی منحصربه فرد.

پاتوق:

مکان: جایی که دیوار نویس‌ها دور هم جمع می‌شوند یا جایی که دیوارهای مملو از گرافیتی دارد و دیوار نویس‌ها برای دیدن کار خود و دیگران به آنجا می‌روند.

بلاک باستر:

اثری با حروف چهارگوش که معمولا با دو رنگ انجام‌می‌شود.

بمب:

یک «اثر» کامل که در مکانی غیرقابل‌پیش‌بینی یا در میادین‌اصلی شهر و

اماکن پر رفت و آمد انجام‌شده واجرای آن سخت‌تر از کارهای معمول باشد.

فونت حبابی یا کپل:

حروف دایره وارکه بیشتر برای امضا زنی‌های سریع یا تروآپ‌ها مورد استفاده قرار می گیرند.

نابود کردن:

پاک کردن نام، امضا یا نقاشی از روی سطح به روش رنگ‌زدن روی تمام سطح یا با استفاده از ماده حلال. معادل انگلیسی آن واژه باف است.

شاخ:

شاخ معمولا صفتی است برای یک اثرکامل که دارای اجرا ی دقیق و درستی بوده، با رنگ‌های براق و تندی اجرا شده و به اصطلاح چشمگیر باشد. شاخ به عنوان اصطلاح معادل واژه «برنِر» یا داغ انتخاب‌شده است.

کاراکتر:

شخصیتی گرافیکی یا کارتونی که در کنار اثر و به منظور معنا بخشیدن به منظور و مفهوم کار اجرا می‌شود. برخی گرافیتی‌کاران کارکترهای مخصوص به خود را خلق‌می کنند که برای مخاطبانشان شناخته شده و جذاب است.

دسته:

گروهی از دیوارنویسان که در قالب جمعی از دوستان یا هم‌فکران گرد هم می‌آیند و به کار مشترک می‌پردازند. اعضای گروه با هم یا به شکل فردی امضای

گروه را در کنار امضای خود یا در کنار نقاشی‌هایشان ثبت می‌کنند. نام یک گروه معمولا از سه یا چهار حرف تشکیل‌شده است و مخفف اصطلاحات یا عباراتی مشخص است.

سر تا ته:

اثری که از یک‌سر تا سر دیگر قطار یا دیواری بلند را به خود اختصاص دهد.

شناور:

امضاها یا ترو آپ‌هایی که روی بدنه وسایل‌نقلیه (ماشین‌ها یا پشت کامیون‌ها) نگاشته شده باشند.

بالا آمدن:

وقتی که نام دیوارنویس به حد قابل‌ملاحظه‌ای در دید عموم بوده و در منظر عمومی یا در صحنه گرافیتی شناخته شود، به اصطلاح می‌گویند که «او بالا آمده» یا «خودش را بالا کشیده است». این اصطلاح به عنوان معادل فارسی برای اصطلاح «گتینگ آپ» انتخاب شده.

کار داخلی:

امضا یا تروآپی که داخل فضاهای وسایل حمل‌ونقل‌عمومی زده می‌شود. همچون داخل قطارها یا اتوبوس‌ها.

آوت‌لاین:

خط‌دور (خط پیرامونی): قابی است برای اثر که باعث مشخص شدن بیشتر اثر

روی دیـوار و خواناترشـدن آن می‌شـود. اوت‌لایـن را معمـولا در آخریـن مرحلـه و بـا رنگـی قابـل تفکیـک از کل اثـر می‌کشـند تـا باعـث درخشـیدن بـر دیـوار بشـود. برخـی از کارهـا دو اوت لایـن یـا بیشـتر دارنـد و در حقیقـت اسـتفاده یـا عـدم اسـتفاده از آن بـه سـلیقه و نـگاه گرافیتـی کار بسـته اسـت: «بـا یـک آوت‌لایـن مناسـب کار از دیـوار بیـرون می‌زنـد».

فیل-این:

رنـگ داخلـی حـروف کـه ممکـن اسـت یـک رنـگ یـا مجموعـه‌ای از افکت‌هـا و رنگ‌ها باشـد.

های‌لایت:

روشـن‌ترین بخـش اثـر کـه باعـث درخشـش اثـر می‌شـود و در حجم‌بخشـی بـه شـکل حـروف تاثیـری بسـزا دارد.

پَنل-پیس:

اثری که تا زیر پنجره قطار را بگیرد و بین دو در یک واگن‌قطار بگنجد.

اثر:

یـک نقاشـی کامـل از یـک گرافیتـی‌کار یـا یک‌دسـته و یـا حتـی ترکیبـی از کار چندیـن گرافیتـی‌کار و دسـته کـه درنهایـت اثـری تمـام و کمـال بـه نظـر آیـد.

بِلَک‌بوک:

دفتـر چـرک نویـس یـا دفتـر طراحـی و تمریـن دیـوار نویس‌هـا اسـت. در بلک‌بوک‌هـا می‌تـوان سـیر تحـول کار دیوارنویـس و همین‌طـور کار عـده ای از دیوارنویس‌هـای دیگـر



نمونه یک پروداکشن(تولید) کوچک / گروه هنرمندان ۲۰۰۸ / ملبورن / آرشیو عکس کلاه استودیو

را مشاهده کرد.گرافیتی‌نویسان اغلب مواقع دفترهایشان را همراه دارند و معمولا یادگارهایی از دیگر گرافیتی‌نویسان مورد علاقه‌شان نیز در آن‌ها دارند.

تولید:

این لقب معمولا به یک نقاشی بسیاربزرگ یا «شاخ» اطلاق می‌شود که پر از نقش و جزییات باشد. معمولا در تولید یک «محصول» دو تا چند دیوارنویس یا دسته با یکدیگر همکاری می کنند.

لیست حضور :

نوشتن نام کسانی که در هنگام اجرای اثر همراهی یا کمک کرده‌اند، در حاشیه اثر. گاه نام پیشکسوت یا گرافیتی‌کار مورد احترام خود را نیز در لیست حضور می‌نویسند و بدین‌ترتیب یاد او را تازه می کنند. معمولا عبارات، القاب یا علایمی نیز در کنار این لیست‌ها نوشته می‌شوند که گویای نوع نگاه نقاش، مکان اثر، ارتباط اثر با مفهومی‌یا... دارند.

حروف غلتکی :

حروفی که با استفاده از امکانات غلتک نقاشی و سطل رنگ نگاشته می‌شوند.

دم دستی :

ترو آپ‌هایی که در زمان کوتاه‌تر، با سرعت بالاتر و رنگ آمیزی پرشتاب‌تری (شکل هاشور یا خط خطی) انجام شده‌اند.

کرم ریختن :

نقاشی کردن یا امضازنی در کنار اثر یا امضای کسی که زودتر درآن محل نقاشی کشیده یا امضا زده است. واژه گازگرفتن یا «بایت» نیز به آن گفته می‌شود. به عنوان مثال وقتی یک تازه‌کار، به قصد کسب شهرت یا جلب توجه، اثر خود را در کنار اثری از گرافیتی کاری مطرح اجرا می کند به اصطلاح کرم‌ریخته یا گازگرفته است.

کروم :

ترو آپ‌ها یا آثاری که فقط با رنگ متالیک کروم نقاشی می‌شوند.این سنتی است نوستالوژیک از تروآپ زنی‌های سریع و نقاشی کردن‌های شبانه روی قطارها. ازآنجایی که اسپری‌های کروم از پوشش رنگ بالا و درخشندگی مناسبی برخوردارند، به یکی از انتخاب‌های همیشگی گرافیتی کاران تبدیل شده‌اند.

ترو آپ:

اسم یا حروف نقاشی‌شده و متشکل از فیل‌-این و خط پیرامونی با رنگی متفاوت. ترو آپ معمولا با حروف حبابی و با کمتر از سه رنگ اجرا می‌شود.



تروآپ به شیوه بابل استایل (حبابی) / کوپ‌تو ۲۰۱۵ / ماستره / آرشیو عکس کلاه استودیو

بالا تا پایین :

نقاشی که از بالا تا پایین یک واگن قطار یا یک کامیون را اشغال می‌کند.

سه بعدی :

حـروف سـه بعـدی و دارای جزییـات سـایه و روشـن کافـی کـه حجمـی سـه بعـدی را در نظـر مجسـم کننـد.

گرافیتی‌کار یا دیوارنگار :

کســی کــه گرافیتــی می‌کشــدیا می‌نویســد و موضــوع ایــن کتــاب بــه او اختصــاص دارد. (جنــاب داریــوش آشــوری معــادل فارســی دیوارنــگار را بــه عنــوان معــادل فارســی بــرای واژه گرافیتــی کار پیشــنهاد داده‌انــد.)

سبک وحشی :

ساختاری درهم با حروفی قفل شده در یکدیگر با پیچیدگی زیاد. سبک وحشی هم در امضا زنی و هم در گرافیتی وجود دارد و دستیابی به سبک شخصی در این شیوه بسیار دشوار است، چرا که عناصر بصری آن متشکل از پیوندها، خطوط پر تحرک و ترکیب بندی‌های حرکت‌مند است و ایجاد هماهنگی بین همه آن‌ها نیازمند شناخت کافی خط، فرم و ترکیب‌بندی است. خواندن گرافیتی‌ها یا امضاهایی که به این سبک انجام شده‌باشند، نیاز به تسلط بسیار در خواندن حروف گرافیتی و تجربه کافی در دیدن آن دارد.

امضا:

تگ یا امضا در حقیقت نام یک گرافیتی نویس است وبه هویت خرده فرهنگی او دلالت دارد. تمرکز و پا فشاری روی یک نام و امضا، نشان از ثابت قدمی یک گرافیتی نویس دارد.بیشتر امضاها یی که در شهرهای بزرگ روی در و دیوار نوشته می‌شوند همین اسم‌ها هستند که معمولا با دست خط‌های مختلف به چشم می‌خورند. امضاها معمولا به تنهایی روی سطوح شهری یا در کنار یک اثر گرافیتی دیده می‌شوند: همانند هنرمندان که در نهایت اثر هنری‌شان را امضا می کنند.

امضاهای شهری معمولا در مناطق پر رفت و آمد دیده می‌شوند. به نظر بیشتر گرافیتی‌کارها، تگ به معنای این است که من این‌جا هستم یا این‌جا متعلق به من است. نرمن میلر[1] در کتاب خود با نام : ایمان گرافیتی[2] **(۱۹۷٤)** می‌نویسد: « امضا یا تگ، جوهره وجودی، زبان نمادین و هویت فکری_اجتماعی هر گرافیتی‌نویس است.» در حقیقت تگ یا امضا همیشه و برای همه از یک درجه اهمیت بر خوردار نیست. بعضی نامی سمبولیک و نمادین را بر خویش می‌نهند و عده ای اصلا به نام

1 Norman Mailer
2 Faith of graffiti



نمونه‌ای از وایلد استایل / اومسک ۲۰۰۸ / استرالیا / آرشیو عکس کلاه استودیو

اهمیتی نمی‌دهند. عده ای نام خود را بر اساس شکل و قابلیت‌های تصویری حروف (زبان‌شناسی و تایپوگرافیک) انتخاب می‌کنند و عده‌ای صرفا نام یک شخصیت داستانی یا کارتونی را بر می گزینند. به هرحال دلایل انتخاب امضا متفاوتند، اما همه گرافیتی‌نویس ها در یک چیز شباهت دارند: همه آن‌ها نام رسمی خود را کنار گذاشته و با ورود به دنیای گرافیتی به دنبال هویت خود در نامی جدید می‌روند.

در نگاه دقیق‌تر به این مساله باید دانست که یک امضا تنها به واسطه نام نوشته شده، هویت یک گرافیتی‌نویس را شرح نمی‌دهد بلکه اسلوب نوشتن و زیبایی یا زشتی، سادگی یا پیچیدگی و تمامی عناصر بصری یک امضا، بیان گر و سازنده هویت یک گرافیتی‌نویس در جامعه و از آن مهم‌تر در میان هم‌سن و سالان او است.

بعضی گرافیتی‌نویس ها ساعت‌ها یا سال‌ها روی پیشبرد اسلوب امضای خود



نمونه امضاها / اکوز، بی.ار.گ. ، موزوک۱ و او.اس.وه ۲۰۱۷ / اسن / آرشیو عکس کلاه استودیو

کار می‌کننـد تـا امضایـی کامـل و زیبـا را ارایـه دهنـد و تقریبـا همـه بـر ایـن عقیـده هسـتند کـه امضـای گرافیتی‌نویـس، یکـی از مشـهود تریـن و بیان‌کننـده تریـن آثـار اوسـت. بـه هـر حـال ناشـناس بـودن از مهم‌تریـن قوانیـن گرافیتـی اسـت و امضا(تـگ یـا نـام مسـتعار) اولیـن چیـزی اسـت کـه مشـکل را حـل می‌کنـد. بایـد دانسـت کـه اغلـب آشـنایی‌ها در میـان گرافیتی‌نویس‌هـا ابتـدا از طریـق کارهایشـان صـورت می‌گیـرد. بـرای مثـال قبـل از این‌کـه آن‌هـا شـخصا یکدیگـر را بشناسـند از طریـق امضـا و یـا نقاشـی از وجـود یکدیگـر مطلـع می‌شـوند و حتـی می‌تواننـد تـا حـدودی بـه شـخصیت و سـلایق یکدیگـر پی‌ببرنـد. بـرای مثـال امضاهایـی کـه روی دیوارهـای یـک کوچـه بـه چشـم می‌خورنـد، حکایـت از وجـود چنـد گرافیتی‌نویـس مختلـف در محلـه یـا عبـور آنـان از آن کوچـه دارد. ایـن بـرای خـود دیـوار نویس‌هـا یـک نـوع هم‌نشـینی اسـت: قبـل از ایـن کـه هم‌نشـینی افـراد صـورت گرفتـه باشـد، امضاهـای آنـان روی یـک سـطح یـا دیـوار در کنـار هـم نمایان‌می‌شـوند. نـام مسـتعار یـا امضـای هـر گرافیتـی کار راه ورود او بـه سـاختن «خـود» دیگـر اسـت.امضاها، آن طـور کـه پیشـتر در باره‌شـان بحـث کردیـم، ماننـد یـک هویـت دوم هسـتند کـه حتـی بعـد از



نمونه استایل / لوکزامبورگ ۲۰۱۴ / آرشیو عکس کلاه استودیو

خـروج گرافیتی‌نویـس از دنیـای گرافیتـی هـم می‌ماننـد. بـه ویـژه اگـر گرافیتی‌نویـس بـه شـهرت یـا درجـه ای از احتـرام در خـرده فرهنـگ خـود رسـیده باشـد.

استایل

اسـتایل حکـم سـند سـواد بصـری هـر دیـوار نویـس را داراسـت. اسـتایل در حقیقـت فـرم حـروف و نحـوه تصویرکـردن آن‌هـا در کنـار هـم و تشـکیل فرم‌نهایـی اثـر اسـت. اسـتادی در اســتایل تنهــا از طریــق کار مــداوم و سازماندهی مهارت‌شــخصی بــه مــرور زمــان شــکل می گیـرد. هیـچ راه میانبـری بـرای رسـیدن بـه اسـتایل اسـتادانه وجـود نـدارد بلکـه تنهـا در چارچـوب کار مـداوم و یافتـن زبان‌فرمی‌شـخصی اسـت کـه اسـتایل شـکل می گیـرد. تکامـل اسـتایل از فرم‌هـای سـاده تـر بـه فرم‌هـای پیچیـده تـر یـا جـا افتاده‌تـر نه‌تنهـا در سـیر تاریخچـه کار هـر هنرمنـد، بلکـه در سـیر تحـول گرافیتـی نیـز دیـده می‌شـود. درسـت همان‌طـور کـه در سـیر تحـول خطاطـی و سـایر هنرهـا بـا آن برخـورد می کنیـم.

تـا بـه حـال اسـتایل‌ها یـا سـبک‌های قابـل تمایـز و متنوعـی در گرافیتـی بـه وجـود آمده‌انـد. ایـن سـبک‌ها از یکدیگـر تاثیـر گرفتـه و رفته‌رفتـه گسـترش یافته‌انـد. اسـتایل‌های شـناخته شـده ای چـون اسـتایل‌حبابی، اسـتایل وحشـی، استایل‌سـیال، اسـتایل بلوکـی، سـه بعـدی و... از شناخته‌شـده‌ترین سـبک‌های گرافیتـی هسـتند. علاوه‌برایـن در هنرخیابانـی نیـز از ایـن اصطـلاح بـرای مشـخص کردن سـبک هـر هنرمنـد یـا گروهـی از هنرمنـدان اسـتفاده می‌شـود بـرای مثـال تکنیـک استنسـیل یـا شـابلون‌زنی بـه خودی‌خـود و بـا توجـه بـه ویژگی‌هـای بصـری کـه ایجـاد می‌کنـد یـک سـبک شـناخته شـده در هنرخیابانـی بـه شـمار می‌آیـد.

استنسیل یا شابلون

بـه کارگیـری ایـن تکنیـک تـا جایـی کـه یافته‌هـای علمـی نشـان می‌دهـد بـه **۳۷** هـزار سـال پیـش بـاز می‌گـردد: بـه یافته‌های‌برجای‌مانـده از دوران نیاندرتـال وآثـاری کـه در بعضـی غارهـا در اسـپانیا پیـدا شـده‌اند. ایـن نقـوش طـرح دسـت‌هایی را نشـان می‌دهنـد. گفتـه می‌شـود کـه نیاندرتال‌هـا دسـت خـود را روی سـنگ گذاشـته و بـا دهـان یـا ابـزاری دیگـر ماده‌رنگـی را روی آن می‌پاشـیدند بـه ایـن ترتیـب طرحـی بیرونـی از دسـت روی سـطح مـورد نظـر نقش‌می‌بسـت. ایـن استنسـیل‌ها در حقیقـت از اشـکال موجـود در طبیعـت بهـره می‌گرفتنـد.

از تکنیـک استنسـیل در دوره‌هـای مختلـف تاریخـی و بـه عناویـن گوناگـون اسـتفاده شـده اسـت. خیلـی از تزیینـات و آثـار داخـل گورهـای یونان‌باسـتان یـا حتـی آثـار به‌جامانـده در شـهر پامپـی بـا همیـن شـیوه اجـرا شـده‌اند. در حقیقـت استنسـیل بهتریـن و مناسـب تریـن روش بـرای بـاز آفرینـی چندین‌بـاره یـک الگـو یـا تصویـر اسـت.

چینیـان، اولیـن کسـانی بودنـد کـه استنسـیل‌های کاغـذی را سـاخته و بـه کار گرفتنـد. در حـدود اواخـر قـرن اول بعـد از میـلاد، چینیـان از تکنیـک اسنسـیل بـه عنـوان تکنیـک چـاپ بهـره گرفتنـد. اسـتفاده از ایـن تکنیـک روی پارچـه بـه سـرعت گسـترش یافتـه و



استفاده انسان کهن از دست به عنوان شابلون / عکس از اینترنت

رنگ‌های متنوع‌تری در آن به کار گرفته شد. ژاپنی‌های توانستند با استفاده از تارهای مو و ابریشم، تکه‌های ظریف تر را در کنار هم ثابت نگاه داشته و استنسیل‌های پیچیده‌تری بسازند. کاتازوم[۳] ژاپنی در حقیقت شابلونی است که برای چاپ روی پارچه استفاده می‌شده.

تکنیک استنسیل رفته رفته از طریق راه ابریشم به خاورمیانه و اروپا راه یافته و از آن برای تولید انبوه نوشته‌ها، کارت‌های بازی، تصویرسازی در کتب و پارچه‌ها یا برای تزیینات دیوارها بهره گرفته شد.مهاجرین استنسیل را به دنیای جدید (آمریکا) بردند. در آنجا باری دیگر استفاده از استنسیل تجربه شده و گسترش یافت. امروزه استفاده از استنسیل در دکوراسیون، صنایع دستی، چاپ و هنر متداول است. استنسیل‌ها توسط لیزر یا به دست انسان روی سطوح مختلف از جمله فیبرهای چوبی، ورق‌های فلزی،

3 Katazome

کارتـن، مقـوا، طلـق یـا کاغـذ بریـده می‌شـوند.

در قــرن بیســتم هنرمندانــی از قبیــل پیکاســو[4] و خــوان میــرو[5] از ایــن روش در تصویرســازی کتــاب بهــره گرفتنــد. هنری‌ماتیــس[6] نیــز در نوشــته‌ها و تصویــر ســازی‌های خــود (جــاز–۱۹۴۷) از ایــن تکنیــک بهــره می گرفــت.

استنســیل در دنیای گرافیتــی جایگاهــی ویــژه را بــه خــود اختصاص داده‌اســت. به‌ویــژه در هنرشــهری و بــرای خلــق آثــار فیگوراتیــو و بیانگــرا. آثــار بنکســی شــناخته شــده تریــن نمونــه جهانــی اســتفاده از شــابلون اســت. ورود شــابلون‌ها بــه شــهر البتــه بــه ســالیان ســال قبــل از بنکســی بازمی گــردد. در قــرن اخیــر اســتفاده از استنســیل در انقلابــات و شــورش‌های شــهری رواج بســیاری داشــته اســت. چهــره افــراد مشــهور و محبــوب از جملــه سیاســتمداران، فیلســوفان، شــاعران، خواننــدگان و ســتاره‌های ســینما، موســیقی و غیــره توســط هــواداران آن‌هــا و بــا تکنیــک استنســیل در شــهرها اجــرا می‌شــوند. در انقــلاب ایــران نیــز چهــره رهبــران سیاســی و یــا برخــی شــعارها را بــا همیــن شــیوه بــر روی دیــوار اجــرا می کردنــد. اســتفاده ازایــن تکنیــک و محبوبیــت‌آن‌در میــان هنرمنــدان خیابانــی بــه خصــوص در دو دهــه اخیــر رشــد فــراوان داشــته و هنرمنــدان بســیاری بــا به‌کارگیــری ایــن شــیوه ایده‌هــای خــود را اجــرا می کننــد.

چــاپ سیلک‌اســکرین یکــی از زمینه‌هــای گســترش‌یافته استنســیل اســت و پایــه آن در ژاپــن بنــا نهاده‌شــده. در ایــن روش از توری‌هــای ابریشــمی بســیار ریــز اســتفاده می‌شــود. تــوری در قابــی ثابــت شــده ســپس تصویــر مــورد نظــر روی آن نقــش می‌شــود. بخش‌هایــی از تصویــر کــه نبایــد رنــگ بخــورد بــا مــاده‌ای مســدود کننــده ماننــد مــوم پوشــیده می‌شــود. بــا ایــن روش یــک شــابلون به‌دســت‌می‌آید، بــا ایــن تفــاوت کــه ریزه‌کاری‌هــای بیشــتری

4 Pablo Picasso
5 Juan Miro
6 Henry Mattisse



دیواری مملو از هنر خیابانی به شیوه استنسیل / ملبورن ۲۰۰۸ / آرشیو عکس کلاه استودیو

روی توری ثبت شده و تصویری دقیق‌تر به‌دست می‌آید. مرکب چاپ یا رنگ، با کشیدن کاردک یا غلتک بر پشت توری، به سطح مورد نظر منتقل می‌شود؛ بدین‌ترتیب که رنگ یا مرکب فقط از بخش‌هایی که مسدود نشده به کاغذ یا سطح موردنظر منتقل شده و تصویر مورد نظر روی سطح ثبت می گردد.

با سیلک اسکرین می‌توان روی انواع مواد از جمله پارچه، کاغذ، کاشی، سرامیک یا فلز و غیره یا حتی روی اجسامی با شکل‌های مدور و غیر مسطح نیز چاپ نمود. تکنیک چاپ سیلک در دنیای مدرن به سرعت و به موازات رشد تبلیغات و تولیدانبوه رو به گسترش و پیشرفت گذاشت. هنرمندان خیابانی برای تولید پوستر در پوستر چسبانی یا تولید تی شرت برای خود و هوادارانشان از همین تکنیک بهره می گیرند.

پوستر چسبانی

پوستر چسبانی همان‌طور که از اسمش پیداست عبارت است از آماده کردن پوستر یا طرح روی کاغذ و چسباندن آن روی دیوار یا سطوح شهری با استفاده از چسب‌هایی که متداول ترین آن‌ها سریش می‌باشد. این کار در تبلیغات و نیز در پروپاگاندای سیاسی- اجتماعی، تاریخچه ای طولانی دارد(اعلامیه‌چسبانی). سیرک‌ها در دو قرن گذشته بیشتر تبلیغات خود را به طور گسترده با پوسترچسبانی انجام می‌دادند. در سال‌های ۱۸۹۰ نقاش فرانسوی، هنری تولوز لوترک[7]،پوسترهای خود را، که معمولا تبلیغات کاباره‌ها و بارها بودند، با این روش روی دیوارها می‌چسباند. آثار او به علت اهمیت هنری و فضای متفاوت بصری‌شان، معمولا قبل از خشک شدن، توسط مجموعه‌دارانِ هنری از دیوارکنده و پس از خشک‌شدن در هوای‌آزاد به آرشیوهای هنری می‌پیوستند. گروه‌های موسیقی و خرده فرهنگ‌های وابسته با آن‌ها، در دو دهه هفتاد و هشتاد، حضور خود در شهر و یا برنامه گردهمایی‌های خود را به این روش اعلام می‌کردند. بعید نیست که به کارگیری پوستر چسبانی به عنوان هنر شهری از همین دوره آغاز و تکامل یافته باشد.

هنرمندان معمولا با اجرای اثر خود بر روی کاغذ می‌توانند توانایی تکنیکی خود یا موضوع مورد بیان خود را با فراغ بال به اجرا در آورده و بعد از اتمام اثر، آن را در محیط شهری نصب کنند. این کار معمولا ریسک کمتری داشته و امکان اجراهای وقت گیرتر را در محیط شخصی ایجاد می‌کند. پوسترها گاه به تعداد بالا در چاپخانه‌ها چاپ می‌شوند و گاه به صورت دستی نقاشی می‌شوند یا با استفاده از چاپ‌دستی (استنسیل یا سیلک) در تعداد محدود تولید می‌شوند.

استیکر (برچسب)

استیکرها در حقیقت کاغذهای چسب‌دار هستند. کاغذهایی که معمولا از

7 Henri de Toulouse-Lautrec



هنر ضد جنگ / نمونه پوستر چسبانی / سیدنی ۲۰۰۸ / آرشیو عکس کلاه استودیو

پشت دارای سطحی چسبنده بوده و با جداکردن لایه محافظ آن می‌توان کاغذ را روی سطحی دیگر چسباند. استیکرها معمولا از جنس کاغذ یا وینیل(pvc) بوده و یکی از مواد بسیار کاربردی در زمینه چاپ و تبلیغات فضای خارجی و داخلی محسوب می‌شوند. استیکر در رنگ‌های مختلف و حتی به صورت بی رنگ(شیشه‌ای) مورد استفاده فراوان است. این کاغذ «پشت‌چسب‌دار» برای مصارفی چون چاپ و تبلیغات روی بدنه اتوبوس، چاپ و تبلیغات روی‌زمین جهت تبلیغ در فروشگاه‌ها و پاساژها، چاپ و نصب روی دیوارهای رنگ‌شده (دکوراسیون داخلی)، چاپ روی یخچال به‌ویژه یخچال‌های صنعتی، چاپ روی شیشه سوپرمارکت‌ها، چاپ روی ماشین، چاپ و تبلیغات روی قطار، چاپ و تبلیغات روی بدنه مترو و به طورکلی روی تمامی سطوحی که سطح صاف و صیقلی دارند مورداستفاده قرار می گیرد.

برخی مورخان استفاده از استیکر را به سالهای آخر قرن‌نوزدهم مربوط می‌دانند، زمانی که بازرگانان اروپایی سعی می‌کردند تجارتشان را در مناطق شلوغ و تجاری شهرها یا بنادر، به روش چسباندن یک کاغذ شفاف در معابر عمومی تبلیغ کنند. اما خود کاغذ پشت‌چسب‌دار برای اولین بار در اوایل‌قرن بیستم تولید و دردسترس

قـرار گرفـت. ایـن اسـتیکرها بدین‌صـورت تولیـد می‌شـدند کـه پشـت کاغذهـا چسـبی زده می‌شـد، سـپس صبـر می‌کردنـد تـا چسـب خشـک شـود. بـرای اسـتفاده و چسـباندن اسـتیکر بـر روی یـک سـطح بایـد رویـه پشتی(چسـب‌دار) اسـتیکر را مجـددا خیـس می‌کردنـد تـا چسـب دوبـاره خاصیـت چسبندگی پیـدا کنـد و بدیـن ترتیـب چیـزی شـبیه بـه تمبرهـای پسـتی امـروزی داشـتند. در دهـه ۳۰ میـلادی اسـتیکرها در خانه‌هـا و توسـط کـودکان نیـز مـورد اسـتفاده قـرار می‌گرفتنـد. نقاشـی‌های حیوانـات، دایناسـورها، درختـان و پرنـدگان و غیـره محبوبیـت پیـدا کـرد و کـودکان ایـن تصاویـر را روی دیـوار اتـاق، کمـد یـا در دفترهـای مدرسـه شـان می‌چسـباندند.

اسـتفاده از اسـتیکرها طـی ۷ دهـه اخیـر گسـترش روز افـزون داشـته و در زندگـی روزمـره مـا حضـوری پررنـگ دارد. اسـتیکرها در هنـر شـهری و گرافیتـی جایـگاه مهمـی دارند.گرافیتی کارهـا و هنرمنـدان شـهری بـا انتشـار استیکرهایشـان امـکان اثرگـذاری سـریع و کـم دردسـری را بـه دسـت می‌آورنـد. بـه نظـر برخـی، اسـتیکرها توانسـته‌اند تـا حـد زیـادی جـای امضازنـی را بگیرنـد.

توی

> مواظـب بـاش بـه چـه کسـی می‌گویـی «تـوی». چـرا کـه آن تـوی شـاید روزی «شـاه» شود.

تـوی بیشـتر بـه کسـی اطـلاق می‌شـود کـه هنـوز قوانین گرافیتـی را نمی‌دانـد و رعایـت نمی‌کنـد یـا بـه عبارتـی تازه‌کاربـه حسـاب می‌آیـد. امـا در مـوارد گوناگـون تعریـف ایـن واژه در میـان گروه‌هـای دیوارنویسـان متفـاوت بـوده و گاه عـده ای از گرافیتی‌نویسـان، عـده‌ای دیگـر را بـه خاطـر عـدم مطابقـت بـا قوانیـن و تعاریـف خـود، «تـوی» قلمـداد می‌کننـد. بـرای مثـال گرافیتی‌نویس‌هـای رادیـکال، معمـولا کسـانی را کـه بـه سـبک اختصاصـی دسـت نیافته‌انـد و یـا بـه صـورت تفریحـی گرافیتـی می‌کشـند، تـوی خطـاب می‌کننـد. برخی‌دیگـر گرافیتی‌نویسـانی را کـه تنهـا بـر دیوارهـای مجـاز نقاشـی می‌کننـد «تـوی»



استیکر : شیوه بیان و اثر گذاری سریع در شهر / هَپی ۲۰۰۸ / ملبورن / آرشیو عکس کلاه استودیو

می‌خوانند. ترسو بودن و یا برعکس آن جسارت بیش از حد مثل نقاشی کردن روی کاردیگران یا خراب کردن میراث فرهنگی یا اموال شخصی مردم می‌توانند منجر به اخذ لقب توی از جانب بقیه گرافیتی‌نویس‌ها شوند. توی در انگلیسی به معنای اسباب‌بازی بوده و در واقع به گرافیتی‌نویسی که جدی نیست و به اندازه کافی نمی‌داند یا نمی‌فهمد اطلاق می‌شود.

> گرافیتی نویس به کسی می‌گویند که به یک سطح اولیه و قابل قبول از استایل رسیده باشد. این با صرف وقت و انرژی کافی به دست می‌آید وکسی که این کارها را نکرده باشد توی نامیده می‌شود. ـ جف فرل

کینگ

کینگ را باید نقطه مقابل توی بدانیم. کینگ معمولا به کسی گفته می‌شود که تجربه بیشتر از بقیه داشته یا آثار بهتری دارد. جسارت، کمیت یا کیفیت آثار، میزان شهرت، ارتباطات و درجه تاثیر گذاری یک دیوارنویس در میان باقی دیوارنویسان و



گرافیتی بر دیوار / آرشیو عکس کلاه استودیو

علاقه‌مندان گرافیتی می‌توانند لقب کینگ را برای او به ارمغان‌آورد.معمولا همان‌طور که کسی خود را توی نمی‌خواند کسی هم خود را کینگ نمی‌خواند، بلکه اعطای این القاب به قضاوت بقیه گرافیتی‌نویس‌ها و صحنه خرده‌فرهنگی گرافیتی وابسته است.

دیوار آزاد

در دنیای گرافیتی به آن دسته از دیوارها که نقاشی کشیدن روی آن‌ها با منع و محدودیتی مواجه نیست، دیوار آزاد گفته می‌شود. این دیوارها معمولا در بخش پشتی یا حاشیه پارک‌ها یا محله‌های کم رفت و آمد واقع شده‌اند. در اثر مداومت گرافیتی‌کاران در زنده نگاه داشتن کارهایشان بر دیواری خاص ممکن است مدیران اجرایی و انتظامی به جای مقابله قهری با آن در صدد مماشات بر آمده و با اختصاص یک دیوار ویژه برای گرافیتی‌کاران سعی در مهار این پدیده و جلوگیری از گسترش آن در سطح شهر نمایند. در برخی شهرهای ایتالیا دیوارهایی با پلاک معین ثبت شده که مختص نقاشی‌های دیواری شهروندان و گرافیتی‌ها هستند. علاوه بر دیوارهای آزاد برخی دیگر از دیوارها به دیوارهای نیمه آزاد مشهورند چرا که نقش زدن بر آن‌ها به طور رسمی مجاز نیست اما با توجه به موقعیتشان یا محله‌ای که در آن واقع

شـده‌اند ، کارکـردن روی آن‌هـا چنـدان خطرسـاز نیسـت هرچنـد کـه ممکـن اسـت گـه‌گاه بـا مشـکلاتی همـراه باشـد.

بـه هـر جهـت دیوارهـای آزاد بهتریـن مـکان بـرای تمریـن و گسـترش سـبک شـخصی و نیـز بـه نمایش گذاشـتن مهارت‌هـای تکنیکـی اسـت چـرا کـه نقاشـی کـردن روی ایـن دیوارهـا مـی توانـد تـا سـاعت‌ها بـه طـول انجامـد. برخـی نگرش‌هـای رادیـکال در گرافیتـی، نقاشـی کـردن روی دیوارهـای آزاد را کاری مضحـک و مختـص «توی»هـا دانسـته و آن را بـا کار نقاشـان دیـواری در یـک تـرازو قـرار می‌دهنـد. آن‌هـا گرافیتـی‌کاران دیوارهـای آزاد را رام شـده و ترسـو قملـداد کـرده و از دنیـای خـود خـارج مـی داننـد.

یکـی از ویژگی‌هـای دیوارهـای آزاد اهمیـت آن‌هـا در ثبـت تاریخـی تحـول سـبک‌ها اسـت. دیوارهـا طـی سـالیان و گاه دهه‌هـا لایه‌هـای سـنگین رنـگ را بـه دوش می‌کشـند. بـا کنـدن پوسـته یـک دیـوار آزاد می‌تـوان ده‌هـا لایـه رنـگ را کـه روی هـم انباشـته شـده‌اند شناسـایی کـرد. ایـن دیوارهـا آرشـیو روی هـم انباشـته اسـتایل‌ها هسـتند. آثـار گرافیتـی نقـش می‌شـوند و روی آن‌هـا بـا آثـاری دیگـر پوشـانده می‌شـود و روی آن‌هـا نیـز دوبـاره رنـگ خواهـد شـد و الـی آخـر. در شـهرهای بـزرگ معمـولا هـر روز طرح‌هایـی جدیـد از افـرادی جدیـد روی دیوارهـای آزاد نقـش می‌شـوند،تا جایـی کـه دیـدن اثـری کـه امـروز روی دیـوار آزادی در برلیـن نقاشـی شـده باشـد احتمـالا فـردا میسـر نخواهـد بـود چـرا کـه تـا فـردا کسـی دیگـر روی آن بـه سـبک خـودش نقشـی نـو نگاشـته اسـت. بدیـن جهـت اسـت کـه ثبـت تحـول دیوارهـای آزاد علاقه‌منـدان بسـیار داشـته و سـالانه افـراد زیـادی در شـهرهای بـزرگ دنیـا بـه ایـن دیوارهـای آزاد سـر می‌زننـد تـا آن‌هـا را تماشـا کـرده و از آن‌هـا عکـس تهیـه کننـد یـا نقـش خـود را بـر دیـوار بزننـد.

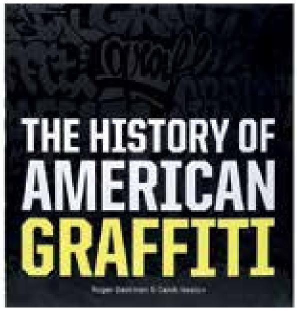



Ein Piercing über dem schwarzen Loch
das schwarze Loch gepierct
mit einem Ring
golden, golden
daran eine Schnur gebunden
was vorgibt
was Vorgabe scheint
auch gezogen
an einer Schnur
an einen Ring gebunden
golden
der Zug findet gefallen.



کتب و فیلم‌های مرتبط با گرافیتی

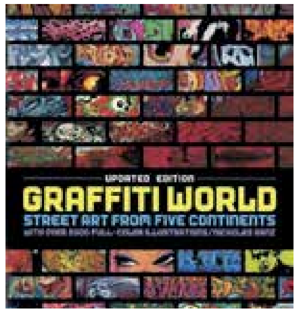
تعداد کتاب‌ها، فیلم‌ها و تحقیقات منتشرشده با موضوع گرافیتی بی‌شمار است. طی سال‌های اخیر در ایران نیز کتاب‌هایی مرتبط با هنرخیابانی منتشر شده است که یا ترجمه کتاب‌های خارجی و معرفی یک یا چند هنرمند بوده‌اند و یا مجموعه ای از کارهای دانشگاهی و تیوریک که به ارایه تعاریف و انتقادات یک‌طرفه پرداخته‌اند. بیشتر کتاب‌ها و فیلم‌های مرتبط با گرافیتی در جهان جنبه بازارمحور داشته و کمتر به واقعیات دنیای گرافیتی نزدیک هستند. با این حال در ادامه به معرفی برخی از کتاب‌ها و فیلم‌های مطرح و کاربردی‌تر در این زمینه می‌پردازیم.



تاریخ گرافیتی امریکا

مولفان: راجر گستمن و کالب نیلون

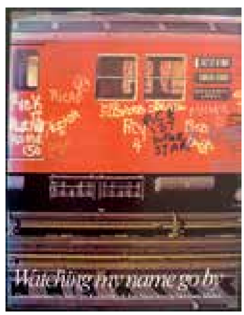
این کتاب به شناسایی و ریشه‌یابی آغازگرافیتی در آمریکا می‌پردازد و این‌که چگونه به شکل امروزی خود رسید.



گرافیتی ورلد

مولف: نیکولاس گنز

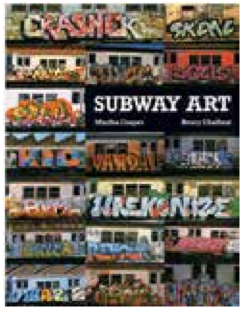
چاپ‌اول این‌کتاب در سال ۲۰۰۵ منتشر شد و شامل مجموعه کم‌نظیری از عکس‌ها بوده، به معرفی تعداد قابل‌توجهی از چهره‌های شناخته‌شده گرافیتی در دنیا می‌پردازد. این کتاب به همراه کتاب زنانِ گرافیتی دو کتاب مشهور و محبوب در زمینه گرافیتی هستند. کتاب، اطلاعات یا تحلیلی ارایه نداده و صرفا آلبومی برای معرفی عده‌ای انتخاب‌شده از نقاشان و گرافیتی‌نویسان است.



واچینگ مای‌نیم گو بای

مولفان: ماروین کورلینسکی و یان نار

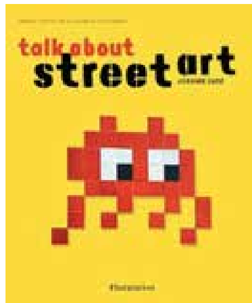
این کتاب حاوی عکس‌هایی از خیابان‌ها و قطارهای نیویورک در سال‌های ابتدایی جنبش امضازنی است و در سال ۱۹۷۴ منتشر شده.



ساب‌وی آرت

مولفان: هنری‌چلفنت و مارتا کوپر

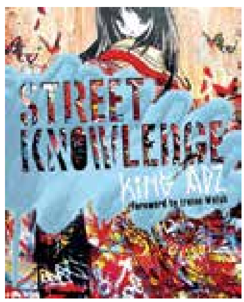
ایـن کتـاب حـاوی توضیحـات و عکس‌هایـی بدیـع از گرافیتی‌هـا و قطارهـای نیویـورک طـی سـال‌های ابتدایـی جنبش‌گرافیتـی اسـت و احـوال و فرهنـگ جوانـان ایـن دوره را بـه زیبایـی بـه تصویـر کشیده‌اسـت. چـاپ‌اول کتـاب سـال ۱۹۸۴ می‌باشـد.



تاک‌ابات استریت‌آرت

مولف: جرومه کتس

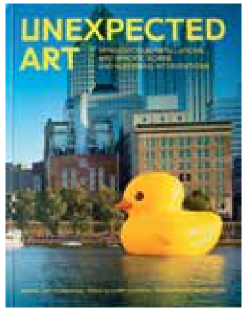
کتـاب فـوق کـه بـه دو زبـان انگلیسـی و فرانسـه منتـشر شده‌اسـت توسـط انتشـارات فلاماریـون چـاپ و پخـش شـده. کتـاب شـامل توضیحـات نسـبتا قابل‌قبـول دربـاره هنرخیابانـی و جنبه‌هـای مختلـف آن اسـت و بـه معرفـی چهره‌هـای شـاخص در هـر قـاره و منطقـه از جهـان پرداختـه. تاریـخ انتشـار ایـن کتـاب سـال ۲۰۱۴ ذکـر شـده اسـت.



دانش خیابانی

مولف: کینگ ادز

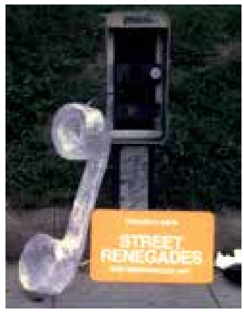
کتـاب بـه معرفـی عـده ای از هنرمنـدان زیرزمینـی در جهـان می‌پـردازد. مولـف بـا سـفر بـه نقـاط مختلـف دنیـا و تجربـه زندگی‌خیابانـی در نقـاط مختلـف جهـان، سـعی‌کرده خواننـدگان را بـا نمونـه کارهـا و طرزفکـر ایـن هنرمندان‌خیابانـی آشـنا کنـد.



هنر ناخوانده

مولف: جنی موسی اسپرینگ

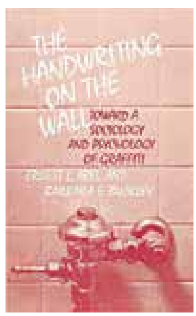
مجموعـه‌ای از آثـار خیابانـی هنرمنـدان جهـان. کتـاب نمونه‌هایـی از پروژه‌هـای پیـشرو و مفهومـی هنرمنـدان را بـا کیفیتـی مناسـب بـه نمایـش در مـی‌آورد و پتانسـیل‌های محیـط شـهری را بـرای تبدیل‌شـدن بـه عرصـه بـروز و خلـق هـنر مـورد ارزیابـی قـرار می‌دهـد. کتـاب هنرناخوانـده در سـال ۲۰۱۵ منتـشر شـده اسـت.



مرتدان خیابان

مولف: فرانچسکا گاوین

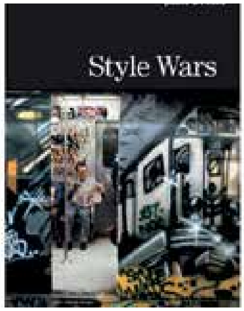
مجموعـه‌ای از آثـار خیابانـی هنرمنـدان جهـان. ایـن کتـاب در سـال ۲۰۰۷ منتـشر شده‌اسـت و بـه معرفـی نمونه‌هایـی از هنرشـهری می‌پـردازد. مولـف بـا اسـتفاده از آلبوم‌تصاویـر بـه همـراه مصاحبـه بـا هنرمنـدان صاحـب سـبک هنرشـهری، سـعی‌دارد جنبه‌هـا و جلوه‌هـای گوناگـون ایـن هـنر را معرفـی کنـد.



دست‌نوشته‌ها بر دیوارها

مولف: ارنست ابل و باربرا باکلی

کتـاب در سـال ۱۹۷۷ منتـشر شـده و مجموعه‌ای پژوهشـی اسـت دربـاره گرافیتـی و نوشـتن روی دیـوار. نـگاه مولفـان بـه گرافیتـی در ایـن کتـاب نگاهـی جامعه‌شناسـانه و روان‌شناسـانه بـوده و بـه نکاتـی مهـم اشـاره می‌کننـد. ایـن مجموعـه شـامل سرفصل‌هـای قابل‌تاملـی در زمینـه شـناخت‌گرافیتی اسـت.



استایل وارز

کارگردان: تونی سیلور

فیلمـــی کلاســیک دربــاره ســال‌های اولیــه گرافیتــی و هیپ‌هــاپ در اواخــر دهه‌هفتــاد و اوایــل دهه‌هشــتاد در آمریـکا. فیلـم در سـال ۱۹۸۳ منتـشر شـده اسـت.



بیوتیفول لوزرز

کارگردان: آرون رز

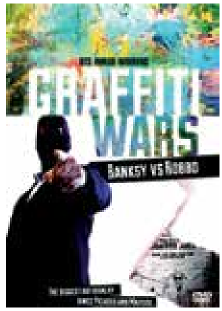
فیلمـی در بـاره گروهـی از هنرمنـدان جـوان آمریکایـی که در دهه‌نـود بـه شـکلی مسـتقل آثـار هـنری تولیدکردنـد و بــه نوعــی بــه هنرخیابانــی رنــگ و بویــی جدیــد بخشــیدند. فیلــم در ســال ۲۰۰۸ منتشرشــده و یکــی از فیلم‌هــای جریان‌ســاز در هنرتصویــری زیرزمینــی به‌شــمار می‌آیــد.



خروج از مغازه کادو فروشی

کارگردان: بنکسی

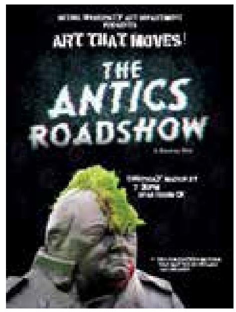
فیلــم دربــاره زندگــی تیری‌گوتــا یــک مهاجــر فرانســوی کــه در لوس‌آنجلــس زندگــی می‌کنــد اســت و آشــنایی او بــا هنرخیابانــی و این‌کــه چگونــه در عــرض چنــد ســال تبدیــل بــه یــک هنرمندخیابانــی سرشــناس شــد را تصویــر کرده‌اســت. فیلــم بــرای اولین‌بــار در ســال ۲۰۱۰ در جشــنواره ســان‌دنس نمایش‌داده‌شــد.



جنگ‌های گرافیتی

کارگردان: جین پرستون

جنگ‌های‌گرافیتی مستندی است درباره درگیری و خصومتی که بین دو هنرمندخیابانی انگلیسی در گرفت. این فیلم می‌تواند گوشه‌ای از رقابت بین هنرمندان‌خیابانی و تفاوت نگاه‌ها را روشن سازد.



معرکه‌گیری عتیقه‌ها

کارگردان: بنکسی

فیلم دیگری از بنکسی که در سال ۲۰۱۰ منتشرشد و تصاویر آرشیوی از گروه‌های هنری‌آنارشیست یا معترض و نمونه‌های تجربه‌گرای ارتباط اجتماعی را نمایش می‌دهد.



بامبر

کارگردان: ایوان باربوسا

درامی است کوتاه درباره یک گروه گرافیتی که در دوران بمب‌گذاری‌های روتردام در هلند مشغول کار هستند و حوادثی که در برخورد با پلیس برای‌شان پیش‌می‌آید را در قالب فیلمی‌داستانی بیان می‌کنند.



این‌جا برلین است نه نیویورک!

کارگردان: اتان مینسکر

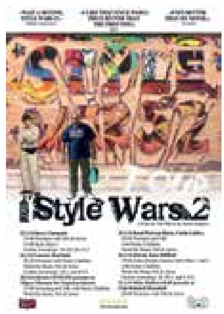
کارگـردان بـا دنبال‌کـردن چنـد هنرمنـد نیویورکـی در سـفر هنری‌شـان بـه برلیـن بـه تعـدادی از آتلیه‌هـای هنرمنـدان زیرزمینـی برلیـن سـفر می‌کنـد و ماجراهـا و روابـط و شرایـط آن‌هـا را بـه تصویـر می‌کشـد. ایـن فیلـم در سـال ۲۰۰۹ منتـشر شـده اسـت.



یک قدرت متحد

کارگردان: مشترک

گـروه شناخته‌شـده «وان‌آپ» از برلیـن، فیلـم مسـتندی از تورهـای کاری‌شـان در شـهرهای مختلـف دنیـای ارایـه داده‌اند.فیلـم نمونـه‌ای گویـا از هیجـان و خطـرات گرافیتـی و دنیـای بی‌مـرز ایـن گـروه اسـت.



استایل وارز ۲

کارگردان: وِلی و آموس

دوگرافیتـی‌کار، از شـهری کوچـک در شرق اروپـا، بـدون پـول کافـی، سـفری را بـه نیویـورک و سـپس شـهرهای دیگـر آغازمی‌کننـد. آن‌هاکـه شـیفته فیلـم اسـتایل‌وارز و فرهنـگ گرافیتـی نیویورکـی هسـتند، بـه دنبـال رویای‌شـان می‌روند.فیلـم، مسـتندی اسـت طنزآمیـز و انتقـادی نسـبت بـه دنیـای امـروز گرافیتـی.


13. BREZ NASLOVA / OHNE TITEL
Avtor / Autor: Banksy
2010
Tehnika: stencil / Technik: Schablone



DFE
Renegades
DFE



متن پیش رو ترجمه ای است آزاد از برگردان انگلیسی بخشی از کتاب تبادل سمبولیک و مرگ، اثر ژان بودریار که در سال ۱۹۷۶در پاریس منتشر شده.

کول کیلر

یا شورش نشانه‌ها

ژان بودریار

در بهار سال ۱۹۷۲ سیلی مهار نشدنی از گرافیتی‌ها در نیویورک به راه افتاد که به سرعت از دیوار محله‌های فقیرنشین و نرده‌کشی‌ها، خودش را به راه آهن شهری، اتوبوس ها، ماشین‌های باری، آسانسورها، راهروی ساختمان‌ها و بناهای یادبود رسانید و همه‌شان را با تصاویر گرافیکی اعم از ساده و پیچیده پوشانید. تصاویری که نه پیام سیاسی بودند و نه محتوای پورنوگرافیک داشتند. این تصاویر در اصل نام‌ها و القابی بودند که بیشتر تحت تاثیر دنیای کمیک‌های زیرزمینی انتخاب شده‌بودند. القابی چون دوک اسپیریت، سوپرکول،کول کیلر، آس، ومپایر، اسپایدر، ادی، کولا و از این‌دست. بعضی‌هاشان شماره خیابانی را یدک می کشیدند، مثل ادی ۱۳۵ یا وودی۱۱۰ یا شادو۱۳۷ و از این موارد. بعضی‌ها هم از شماره‌گذاری رومی استفاده می کردند که جنبه‌ای اشرافی و خاندانی به نامشان می‌داد. مثلا اسنیکِ اول، اسنیکِ‌دوم، اسنیکِ سوم و گاه به پنجاهمین رده هم می‌رسید. این گرافیتیست‌ها بسته به نام و سمبلی که بر می گزیدند شماره دار می‌شدند.

همه این‌ها با ماژیک و اسپری‌های رنگ انجام می‌شدند که به گرافیتیست‌ها این امکان را می‌داد تا نوشته‌هایی با ارتفاع یک‌متر یا بیشتر و به طول سراسر واگن‌های قطار را در زمانی کوتاه به اجرا درآورند.

جوانان شبانه خودشان را به گاراژ اتوبوس‌ها یا قطارها می‌رساندند و گاه حتی به طریقی داخل آن‌ها می‌شدند و این درهم آمیزی نوشته‌ها و خط خطی‌ها را رقم‌می‌زدند. روز بعد، این قطارها در دو جهت در تمام منهتن می گشتند. همه نوشته‌ها وتصاویر پاک شده(این کار ساده نیست) ، گرافیتیست‌ها دستگیر و روانه زندان می‌شدند، فروش ماژیک و اسپری رنگ را ممنوع کردند اما تاثیر نداشت، چرا که جوانان در خانه و با دست خودشان ماژیک می‌ساختند و شب بعدی باز مثل قبل.

امروز این سیل فرونشسته یا جوش و خروش سابق را ندارد. این حرکت گذرا بود و مختص به یک دوره تاریخی خاص. گرافیتیست‌ها در طراحی خطوط پیچیده متخصص شدند و سبک‌های مختلفی به صورت تفکیک شده از هم رشد کردند و مکاتبی مرتبط با هر یک از این دار و دسته‌ها شکل گرفت. جوانان سیاه و پورتوریک از اولین‌های این جنبش بودند و گرافیتی مختص شهرنیویورک بود. نقاشی‌دیواری‌های خیلی زیادی در همه شهرهای دیگر دیده می‌شدند که توسط خرده فرهنگ‌ها و اقلیت‌های نژادی و با همکاری خود اهالی محله‌ها اجرا شده‌بودند، اما گرافیتی وجود نداشت.

یک چیز البته غیر قابل انکار است: هم گرافیتی هم نقاشی‌های‌دیواری در دوران پس از سرکوب شورش‌های اعتراضی شهری در سال‌های ۱۹۶۶ تا ۱۹۷۰ بروز پیدا کردند. گرافیتی نیز چون شورش، حالتی خشن و تهاجمی دارد اما از نوعی دیگر، یعنی با محتوایی دیگر و در ساحتی‌دیگر. گونه‌ای جدید از مداخله در فرهنگ شهری. نه در زمینه سیاسی یا اقتصادی بلکه در عرصه رسانه، قانون (کد) و فرهنگ‌مسلط.

شــهر یــک فضــای خنثــی و یکسان‌سازی‌شــده اســت، فضایــی کــه در آن ســردی، تفکیـک محـلات فقیرنشـین، ارزش گـذاری بـر اسـاس محـل زندگـی، نـژاد یـا رده سـنی رو بــه گســترش اســت. بــه طــور خلاصــه شــهر فضــای انفصــال نشــانه‌های تمایــز دهنــده اســت. قوانیــن متعــددی تعیین‌کننــده ابعــاد هــر عمــل و لحظــه در زندگــی روزمــره هســتند. محله‌هـای اقلیـت نشـین و حاشـیه‌ای و یـا آن‌هـا کـه در مرکـز شـهر هسـتند، تنهـا نمونه‌هایـی مشــهود از ایــن پیکربنــدی شــهری‌اند: مراکــزی بحرانــی از حیــث ســاختار و نظــم؛ جایــی کـه سیسـتم خـودش را نـه فقـط از بعـد اقتصـادی و میدانـی بلکـه عمیقـا از طریـق انفصـال نشــانه‌ها و قوانیــن و از طریــق تخریــب روابــط اجتماعــی بــاز تولیــد می‌کنــد.

در نمــودار سیســتم اقتصــادی، گســترش شــهر از دو جهــت افقــی و عمــودی جریــان دارد. اقتصادسیاســی امــا بُعــد ســومی دارد کــه درآنجــا تمــام پتانســیل جامعــه بــه صــورت نشـانه‌ها خـرج شـده، پوشـش داده شـده یـا برچیـده می‌شـوند. نـه معمـاری و نـه مدنیـت نمی‌تواننــد بــر آن تاثیــری گذارنــد، چــرا کــه آن‌هــا خودشــان متغیــری وابســته بــه چرخــش اقتصادعمومــی سیســتم هســتند: یعنــی نشــانه‌های عملــی آن هســتند.

شــهر در ابتــدا و در اصــل محــل تولیــد و تهیــه کالا بــود، محــل تمرکــز صنعتــی و بهره‌بــرداری. امــروز امــا شــهر اولیــن و اصلی‌تریــن ســاحت رخ‌نمایی‌نشــانه‌ها بــه عنــوان ســند مــرگ یــا حیــات آن اســت.

در کمربنــد قرمــز کارخانه‌هــا و در حومه‌هــای کارگرنشــین، دیگــر چیــزی بــرای مــا نمانــده. در ایــن شــهر، در همیــن ســاحت، وجــه تاریخــی نبــرد طبقاتــی، بــار منفــی قـدرت‌کار هنـوز دسـت نخـوره باقـی مانـده اسـت. کارخانـه، بـه عنـوان مـدل جامعـه سـالاری از طریــق ســرمایه، هنــوز بــر چیده‌نشــده امــا بــه مــوازات روش‌هــای جمعــی، بــا نوعــی تغییــر جایگشــتی بــه محیطــی از نشــانه‌ها و قوانیــن شــهری بــدل شــده اســت. ماتریکس‌شــهری دیگــر تحقق‌بخــش یــک قدرت (قــدرت کار) نیســت بلکــه ایــن تفــاوت (کارکــرد نشــانه‌ها)

است که تحقق می‌یابد: علم کار با فلزات[1] جای خود را به علم کار با نشانه‌ها[2] داده است.

ما شاهد این هستیم که این سناریوی شهری در قالب شهرهای جدید که ثمره تحلیل کارکردی نیازها و عملکرد نشانه‌ها هستند تحقق یافته است و در آن‌ها همه چیز بر اساس یک تعریف تحلیلی تصور، پیش‌بینی و اجرا شده است: محیط، حمل و نقل، کار، فراغت، سرگرمی و فرهنگ، اموری متغیر و دگرگونی پذیر در صحنه شطرنج شهر، ساحتی همگون و تعریف شده به عنوان محیط زیست جامعه، قلمداد می‌شوند. به ارتباط بین مناظر شهری و تبعیض نژادی توجه کنید: عمل ریختن مردم با توجه به ریشه‌های نژادی‌شان در ظرف یک محل زندگی یکسان‌سازی شده (که ما آن را گتو می‌نامیم) و عمل یکسان سازی مردم بر اساس تعاریف عملکردی نیازهایشان، تحت عنوان شهرهایی جدید، تفاوتی با هم ندارند. هر دوی این کارها از یک منطق پیروی می‌کنند.

شهر دیگر آن منطقه صنعتی-سیاسی قرن نوزدهمی نیست بلکه تبدیل به قلمروی نشانه‌ها، رسانه و قوانین شده است. بدین ترتیب حقانیت آن دیگر به موقعیت جغرافیایی آن وابسته نیست، آن‌طور که در گذشته برای کارخانه‌ها و گتوهای سنتی بود. حقانیت آن وابسته به نشانه‌هایی است که پیرامون ما را احاطه‌کرده‌اند. این گتوی تلویزیون و تبلیغات است. گتوی مصرف کنندگانِ مصرف‌شونده، خوانندگانِ از پیش خوانده‌شده، رمزخوانانِ رمزنگاری‌شده پیغام‌ها، آنان که ترن‌ها را می‌چرخانند و با ترن‌ها چرخانده می‌شوند، سرگرمی‌سازانِ سرگرم اوقات‌فراغت و از این دست. زندگی شهری همه ابعادش گتو است. هر یک با بقیه در ارتباط. در دوران تولید، کالا و قدرتِ کار بر پایه وابستگی متقابل تمامی پروسه‌های اجتماعی، از جمله بهره برداری، بنا شده بود و این جامعه‌سالاری بود که بخشی از آن به دست همان «سرمایه»ای شکل می‌گرفت که مارکس دیدگاه انقلابی اش را بر طبق آن پایه‌گذاری

1 Metallurgy
2 Semiolurgy

کـرده بـود. امـا ایـن نوعِ‌دوسـتی تاریخـی (چـه کارخانه‌هـا و چـه نـوع دوسـتی بومـی یـا طبقاتـی) ناپدیـد شـد. از ایـن پـس آن‌هـا در پرتـو نشـانه‌های تلویزیـون و اتومبیل‌هـا از هـم تفکیـک می‌شـوند. زیـر نشـان آداب‌معاشـرت کـه در تمامـی رسـانه‌ها یـا در سـاحت زندگـی شـهری تعریـف و تفکیـک می‌شـود. همـه بـه دنبـال سـاختن هویتـی شـبیه بـه سرمشقشـان هسـتند. مدل‌هایـی سـاخته شـده بـرای شبیه‌سـازی. همه‌کـس تغیـر پذیـر اسـت: حتـی خـود مدل‌هـا متغیرنـد. ایـن عصـر افـرادی اسـت کـه هندسـه متغیـر دارنـد. تنهـا هندسـه قانـون اسـت کـه ثابـت و در مرکزیـت باقـی می‌مانـد. ایـن قانـون انحصـاری کـه در بافـت شـهر جاری‌سـت، کلیـد اصلـی ارتباطـات اجتماعـی اسـت.

ناکارامـدی در حـوزه تولیدمـواد و حتـی زوال‌تدریجـی رابطـه تاریخـی میـان شـهر و نظام‌تولیـدکالا را می‌تـوان پیش‌بینی‌کـرد. سیسـتم بـدون صنایـع هـم می‌توانـد شـهری مولـد، در بُعـد کالا و ارتباطاجتماعـیِ بازارمحـور باشـد. علایـم ایـن جهت‌گیـری بـه وضـوح مشـهود اسـت. بـا این‌حـال، سیسـتم نمی‌توانـد بـدون شـهر، بـه عنـوان سـاحت‌قانون و بازتولیـد، بـه ایـن امـر دوام بخشـد چراکـه انحصـار و مرکزیـت قانـون، خـود تعریـف قـدرت اسـت.

هـر چیـز کـه بـه سمیوکراسـی (نشانه‌سـالاری) معاصـر، ایـن فـرم جدیـد ارزش، حملـه‌ور شـود، از نظـر سیاسـی اهمیـت می‌یابـد: گرافیتـی یـک نمونـه آن اسـت. براسـاس ایـن فرم‌جدیـد همـه عناصـر یـک مجموعـه‌ی کارا، قابل‌تغییـر و انعطاف‌پذیـر هسـتند و هـر یـک تنهـا تـا زمانـی حاوی‌معنایـند کـه قابلیـت تنوع‌سـاختاری درجهـتِ تطابـق بـا قانـون را دارا باشـند.

در ایـن شـرایط، مبـارزه رادیـکال بـه شـکلی معنـادار بـر این‌کـه «مـن» هسـتم و «مـن» ایـن گونـه یـا آن گونـه ام، «مـن» در ایـن یـا آن خیابـان زندگـی می‌کنـم، «مـن» زنـده ام و این‌جـا هسـتم، پافشـاری می‌کنـد. ایـن البتـه هنـوز مبـارزه ای هویتـی اسـت. نبـرد بـا

بی‌نام و نشان بودن، از طریق برگزیدن نامی و واقعیتی جایگزین. گرافیتیست‌ها با نام مستعار مخالفند نه با نام‌های ناشناس. آن‌ها در انتخاب ترکیبات جدید در پی ساختن هویتی جدید نیستند (که اصلا غیر ممکن است)، بلکه هدف آن‌ها ناسازگاری و غیر منتظره‌بودن درمقابل سیستم است. تبدیل ناسازگاری به نابودسازی. انتقام از طریق رجوع به خود قانون با همان منطق خودش و در زمین خودش؛ و پیروزی بر آن؛ چرا که پا را از ارجاع‌ناپذیری خاص سمیوکراسی فراتر گذاشته است.

سوپربی، اسپیکس، کولا۱۳۹، کول گای، کریزی کراس۱۳۶، این‌ها هیچ معنایی ندارند و اصلا نام‌های به درد بخوری نیستند بلکه کارکردشان مقابله با نظام مشترک نشانه‌گذاری حاکمیت است. این نام‌ها در حقیقت اصالتی ندارند و اغلب برگرفته از شخصیت‌های داستان‌های کمیک‌اند و تا قبل از این در همان داستان‌ها مدفون بوده‌اند. اما اکنون به گونه‌ای گور را شکافته‌اند که بیرون زدنشان به نعره ای شبیه است؛ به یک علامت هشدار، یک ضد گفتمان، همچون ته مانده پیشرفت‌های ادیبانه، شاعرانه و سیاسی، همچون عنصری کوچک اما رادیکال که با گفتمان نظام‌مند نمی‌توان آن را به دام انداخت. به ستوه آمده از فقر، آنان در برابر هر گونه تفسیر و مفهومی مقاومت می کنند ودیگر کاری به کسی و چیزی ندارند. بدین ترتیب، بی هیچ تفسیر یا مفهومی، آن‌ها از معیارگذاری‌ها فراری‌اند و در شکل نشانه‌هایی تهی، به حوزه نشانه‌های کاملِ شهری هجوم می‌برند.

نام‌هایی بدون قرابت، درست مثل گتوها که قرابت و نزدیکی در آن‌ها احساس نمی‌شود. زندگی خصوصی در آن‌ها هیچ مفهومی ندارد، هرچند که ساکنانشان بر پایه یک بده و بستان جمعی هستی‌شان را حفظ می کنند. این نام‌ها هیچ نشانی از هویت یا شخصیت ندارند بلکه تبدیل به عادات رادیکال میان یک قبیله، گنگ، گروه سنی یا نژادی شده‌اند که، تا آنجا که می‌دانیم، از دریچه تغییر نام نهایت وفاداری‌شان را به این شیوه نام گذاری توتمی نشان می‌دهند. حتی اگر آن‌ها را از صفحات کمیک‌های زیرزمینی استخراج کرده‌باشند. شیوه نامگذاری سمبولیک

مرسوم در جامعه‌امروزی، که به دنبال نامی مناسب و فردیتی خصوصی برای افراد جامعه است، ساده لوحانه به نظر می‌رسد. اما این نام‌ها و القاب قبیله‌ـ گون در اصل باری سمبلیک دارند: آن‌ها ساخته می‌شوند که اهدا شوند، تعویض شوند، جابه جا شوند و بدین گونه در ناشناسی جمعی مستعمل شوند. این نام‌ها برای معرفی گروه‌ها و اعضای آن‌ها در میان خودشان متداول بوده و بدین ترتیب چیزی خصوصی تر از خود زبان نیستند.

این قدرت واقعی یک مراسم نمادین است، یعنی گرافیتی دقیقا در مقابل رسانه‌ها و نشانه‌های تبلیغاتی قرارمی گیرد، هرچند که شاید این توهم را روی دیوارهای شهر ایجاد کند که هم جهت با آن‌هاست. نام تبلیغات را گذاشته‌اند جشنواره(فستیوال)، بدون آن زند گی‌شهری کسل کننده خواهد شد. جشنواره وانمایی تلخی از گرما و نزدیکی است اما در حقیقت هیچ ارتباطی با آن‌ها ندارد. امکان هیچ خوانش جمعی و توان متشکل‌ساختن شبکه ای پیوسته از نمادها را دارا نیست. علاوه بر دیوارهایی که حامل تبلیغات هستند. خود تبلیغات نیز دیوارهایی هستند از نشانه‌های کارکردمند که برای خوانش پدید آمده‌اند و همین رمزگشایی، غایت تاثیرگذاری‌شان است.

تمامی نشانه‌های رسانه ای که از این ساحت انتشار می‌یابند فاقد کیفیت‌اند. از این روال معمول بین تولیدکننده گان و مصرف کننده گان رسانه ای، فرستند گان و گیرند گان نشانه‌ها. شهربه قول «دلوز» یک بدن بدون اندام است: تقاطع جریان‌های کانالیزه‌شده. گرافیتیست ها نیز، زاده همین نظام مرزبندی‌شده هستند. خودشان نیز محیط شهری را مرزبندی می کنند و مناطق را مورد تصاحب خود می‌دانند. یک خیابان‌خاص یا منطقه یا محله، حکم همه زند گی را پیدا می کند. آن‌ها خودشان را در گتو محدود نمی‌کنند و گتو را به همه مناطق شهر صادر می‌کنند. آن‌ها شهر سفید را تحت اشغال درآورده و نشان می‌دهند که این شهر، خود، گتوی دنیای غرب است. گتوی زبان‌شناسانه بر در ودیوار شهر می‌پاشد، نوعی شورش نشانه‌ها. درعرصه دلالت نشانه‌ها، فرومایه‌ترین خوانش ها نصیب گرافیتی شده‌است، یعنی

خوانشــی پورنوگرافیــک و جنســی، وابســته بــه توالت‌هــا، خرابه‌هــا و آشــغال‌دانی‌ها. فقــط شعارهای‌سیاســی و پروپاگانــدا توانســته‌اند دیوارهــا را بــه شــکل نشــانه‌های کامــلِ مخالفــت فتــح کننــد. نشــانه‌هایی کــه دیــوار پشــتوانه آن‌هــا و زبــان وسیله‌ســنتی ارتبــاطِ آن‌هاســت. هــدف آن‌هــا نــه خــود دیــوار اســت و نــه کارکــرد آنچنانــی نشــانه‌ها. بی‌شــک در فرانســه و در مــاه مــی ۱۹۶۸، گرافیتــی و پوســترها بــه شــکلی متفــاوت در شــهر بــروز پیــدا کردنــد. بــه طــوری کــه هجــوم وحشــیانه بــه دیوارهــا باعــث یــک ویرانگــری تــام و تمــام شــد. شعارنویســی‌ها و نقاشــی‌های دیــواری وقایــع «نانتــره» در واقــع یــک دیــوار ربایــی بــود. تصاحــب میدانــی دیوارهــا بــه مثابــه نشــانه ای از تروریســم بــر فضــای خط‌کشی‌شــده کاربــردی: عملــی ضدرســانه. دولــت در ایــن موقعیــت آنقــدر درک داشــت کــه نــه تصاویــر را پــاک کنــد و نــه دیوارهــا را دوبــاره رنــگ و احیــا کنــد: انبــوه شــعارهای سیاســی دولتــی و پوســترها بودنــد کــه ایــن مســولیت را بــه عهــده گرفتنــد. نیــازی بــه اعمــال زور نبــود چــرا کــه خــود رســانه‌ها، رســانه‌های کامــلا چــپ، از دیوارهــا عبــور کــرده و عملکــرد کــور آن‌هــا را دوبــاره احیاکردنــد. دیوارهایــی مثــل دیــوار اعتــراض اســتکهلم از همــان دوران در شــهرها ســبز شــدند. دیوارهایــی کــه فقــط روی آن‌هــا می‌شــد اعتــراض کــرد. یعنــی دیــواری مختــص اعتــراض و ایــن بــدان معنــی بــود کــه بیــان اعتــراض روی هــر دیــوار دیگــری ممنــوع می‌باشــد.

حمله‌هایــی گــذرا بــه هــدف ربایــش تبلیغــات وجــود داشــته، کــه خــوب هــم بــوده، امــا این‌هــا نیــز اغلــب از شــاهراه‌هایی کــه رســانه خــود بــرای آن‌هــا بــاز گذاشــته اســت بهــره می‌بردنــد: قطارهــای بیــن شــهری، ایســتگاه‌ها و پوســترها. می‌شــود بــه کارهــای «جــری روبیــن[3]» و خــرده فرهنــگ آمریکایــی کــه او بــه آن تعلــق داشــت اشــاره کــرد. او یــک رســانه ربایــی، آن هــم در رســانه مرکــزی عظیــم، انجــام داد. البتــه تنهــا در زمینــه محتــوا و نــه دگرگون‌ســازی رســانه.

گرافیتی‌هــای نیویــورک اولیــن نمونــه به‌کارگیــری خیابان‌هــای پاکیــزه و فضــای

3 Jerry Rubin

راه‌آهن‌شـــهری بـــه شـــکلی آزادانـــه و مخالفت گونـــه هســـتند. عـــلاوه بـــر ایـــن، گرافیتـــی توانســـت بـــه همـــه کارکردهـــای ایـــن رســـانه شـــهری حملـــه‌ور شـــود و ایـــن دقیقـــا بـــه ســـبب آن اســـت کـــه گرافیتـــی تهـــی از محتـــوا و پیـــام اســـت: قدرت گرافیتـــی در همیـــن تهـــی بـــودن اســـت. ایـــن کـــه تمامـــی آن حمله‌هـــا، صرفـــا در حـــوزه محتـــوا انجـــام می گرفتنـــد تصادفـــی نبـــود بلکـــه صحبـــت از یـــک جهان‌بینـــی انقلابـــی در میان‌بـــود، امـــا دوره جهان‌بینـــی در ســـاحت مدلول‌هـــای سیاســـی تمـــام شده‌اســـت و همین‌جـــا اســـت کـــه سیســـتم آســـیب پذیـــر بـــوده و در آســـتانه برچیده‌شـــدن اســـت.

بدیـــن ترتیـــب، دلالـــتِ سیاســـی گرافیتـــی روشـــن می‌شـــود. ایـــن از ســـرکوب کـــردن شـــورش‌های شـــهری در گتوهـــا و محله‌هـــای حاشیه‌نشـــین نشـــات گرفتـــه اســـت. ســـرکوب، جرقـــه ای اســـت بـــرای انشـــعاب مبـــارزه. از ســـویی بـــه یـــک ســـازمان دکتریـنـــال مارکسیســـت – لنینیســـتی و از ســـویی دیگـــر بـــه یـــک جریـــان خشـــونت‌فرهنگی فاقـــد هرگونـــه هـــدف، جهان‌بینـــی و محتـــوا در عرصـــه نشـــانه‌ها. گـــروه اول در پـــی یـــک راه و روش عملـــی انقلابـــی بودنـــد و گرافیتیســـت‌ها را بـــه عـــوام نســـبت می‌دادنـــد. امـــا حقیقـــت برعکـــس آن بـــود: شکســـت ۱۹۷۰ موجـــب بازنگـــری و بازگشـــت بـــه روش مبـــارزه سیاســـی ســـنتی شـــد. ایـــن خـــود از ســـویی زمینـــه ســـاز رادیکالیـــزه شـــدن مبـــارزه در زمینـــه برهـــم زدن تـــام و تمـــام قوانیـــن و دلالت‌هـــا شـــد. ایـــن‌کار بـــه هیـــچ وجـــه فـــرار بـــه نشـــانه‌ها نیســـت بلکـــه بـــر عکـــس پیشـــرفتی اســـت خـــارق العـــاده در نگـــرش و روش. قیـــام و عصیـــان در منظـــر شـــهر، بـــه عنـــوان عرصـــه بازتولیـــد قانـــون. در ایـــن مرحلـــه دیگـــر زور وَرزی اهمیتـــی نـــدارد چـــرا کـــه نشـــانه‌ها نـــه بـــر پایـــه زور بلکـــه بـــر پایـــه تفـــاوت اســـت کـــه عمـــل می کننـــد. پـــس مـــا بایـــد بـــا بهـــره گیـــری از اختـــلاف، بـــا عقیـــم ســـازی شـــبکه قوانیـــن، حملـــه بـــه تفاوت‌هـــای قانونمندشـــده از طریـــق تکیـــه بـــر تفاوت‌هـــای فاحشِ غیرقابـــلِ کد گـــذاری پیش‌برویـــم تـــا بدیـــن ترتیـــب سیســـتم شکســـته و تجزیـــه شـــود. نیـــازی بـــه توده‌هـــای ســـازماندهی شـــده و آگاهـــی سیاســـی وجـــود نـــدارد: هـــزاران جـــوان مســـلح بـــه ماژیـــک و اســـپری رنـــگ بـــرای فروپاشـــاندن امپراطـــوری نشـــانه‌ها کافـــی هســـتند. گرافیتی همـــه نقشـــه‌های متروهـــا را بـــه طـــور کامـــل پوشـــانده اســـت، درســـت همـــان طـــور کـــه انقلابی‌هـــای چِـــک نـــام همـــه خیابان‌هـــای پـــراگ را بـــه هـــدف تحقیـــر روس‌هـــا تغییـــر دادنـــد: اقدامـــی چریکـــی.

نقاشی‌های دیواریِ قانونی تحت نام «پروژه دیوارهای‌شهر» علی رغم ظاهرشان هیچ ارتباطی با جریان گرافیتی ندارند. بلکه آن‌ها محترم تر از گرافیتی هستند و از آن تغذیه می کنند. این پروژه، تلاشی است نوآورانه برای زیباسازی شهری و احیای محیط شهر با بودجه یارانه‌های شهروندی. این سازمان در سال **۱۹۶۹** به منظور پژوهش و ترویج اصول و تکنیک‌های نقاشی دیواری پایه گذاری شد و بودجه و هزینه‌های آن توسط سازمان روابط فرهنگی نیویورک و موسسات تحت نظر دیوید راکفلر[۴] پوشش داده می‌شد. جهان‌بینی هنری آن: ایجاد هم‌خوانی طبیعی میان ساختمان‌ها و مناظر شهری با نقاشی‌های دیواری. هدف آن: بهره مند ساختن مردم نیویورک از موهبت هنر. این‌جا می‌شود به پروژه بیلبوردهای هنری در شهر لوس‌آنجلس اشاره کرد. این پروژه با هدف بهره مندسازی هنرمندان از بیلبوردهای شهری بنا نهاده شد. تعدادی از بیلبوردهای شهر، با همکاری دو شرکت تبلیغاتی فاستر و کلایزر، پذیرای آثار هنرمندان شهر لس‌آنجلس شدند. آن‌ها رسانه ای پویا ایجاد کردند و هنر را بیرون از گالری و موزه‌ها پیش چشم عموم گذاشتند.

پیداست که بهره مندی از این امکان برای همه هنرمندان محیا نبود و همیشه عده‌ای تصمیم گیرنده وجود داشتند. در این‌جا هیچ ابهامی وجود ندارد: مساله سیاست گذاری‌های محیط شهری مطرح است، به نحوی که هم هنر و هم شهر بتوانند از آن بهره ببرند. هر دو بهره می‌برند. از آنجایی که قرار نیست هنر در خیابان‌ها فوران کند و آن را تصاحب کند پس قرار هم نیست که هنر در برخورد با شهر، انفجاری را موجب شود. شهر قرار است یک گالری هنری شود و هنر عرصه حضور جدیدی در شهر پیدا کند. هیچ تغییر ساختاری قرار نیست اتفاق افتد بلکه این دو برخی از امتیازات خود را با دیگری به اشتراک می گذارند.

بهره مند سازی مردم نیویورک از موهبت هنر. کافی است همین جمله را با تفکر «سوپرکول» مقایسه کنیم. او می گوید: «هستند کسانی که خوششون نمیاد، اما چه

4 David Rockefeller

خوششـون بیـاد و چـه نـه، ایـن مـا هسـتیم کـه داریـم تبدیـل بـه گنـده تریـن جنبـش هنـری می‌شـیم کـه تونسـته شـهر نیویـورک رو تکـون بـده.»

ایــن مقایســه تمــام تفاوت‌هــا رو بــه مــا نشــان می‌دهــد. دیوارهــای نقاشــی شــده شــاید زیبـا بـه نظـر آینـد امـا هیـچ ربطـی بـه زیبایی‌ندارنـد. جـای آن‌هـا در تاریـخ صرفـا جان‌بخشـی بــه دیوارهــای رهــا شــده می‌توانــد باشــد. ترومپله‌هــا جذابیــت شــگفت آوری دارنــد. آن دیوارهــای نقاشی‌شــده بــا مهارتــی خارق‌العــاده، کــه در مــا تصــوری از پرســپکتیو را تداعــی می‌کننــد و بــر دیــوار بناهــا، بازی‌تصویــری زیبایــی خلــق می‌کننــد بی‌آن‌کــه قانونــی را بشــکنند. صرفــا بخشــی از بنــا را در فضایــی تصویــری بازیافــت می‌کننــد و چــه احترامــی هــم بــه ســاختار بنــا می‌گذارنــد؛ چــه از نظــر ســاختار تکنیکــی بنــا و چــه از نظــر اجتماعــی اعــم از طبقــه اجتماعــی، چــرا کــه اغلــب ایــن پروژه‌هــای زیباسازی‌شــهری و دیوارهــای نقاشی‌شــده مربــوط بــه بخش‌هــای بالادســت شــهر هســتند.

پـس می‌بینیـم کـه معمـاری وبرنامه‌ریـزی شـهری نیـز حتـی اگـر در لبـاس تصویرسـازی و رویـا پـردازی تغییـر ظاهـر دهنـد بـاز هـم تـوان دگرگـون سـازی چیـزی را نخواهنـد داشـت، چــرا کــه آن‌هــا خودشــان رســانه غالــب هســتند ودر جســورانه تریــن حالــت، چیــزی جــز بازتولیـد روابـط اجتماعـی نخواهنـد بـود. آن‌هـا در اصـل هیـچ گفتگـو و بـده بسـتانی بـا مـردم ندارنـد. همـه کارکـرد آن‌هـا زیباسـازی یـا ایفای‌نقـش در بازیافـت شـهر اسـت. یعنـی طراحـی در شـکل اعـلای خـود: وانمایـی تبـادل و ارزش‌های‌جمعـی. شبیه‌سـازی بـازی و فضای‌هــای بــدون کارکــرد. درســت مثــل پارک‌هــای ســرگرمی کــودکان، فضاهــای ســبز، خانه‌های‌فرهنـگ. درسـت مثـل پـروژه دیوارهای‌شـهر و دیوارهـای ویـژه بـرای اعتـراض، فضاهــای ســبزِ پــارولِ زبانــی.

گرافیتیسـت‌ها بـه بنـای معمـاری توجهـی ندارنـد و آن را نادیـده می‌گیرنـد. روی آن می‌نویســند و از آن عبــور می‌کننــد. نقاش‌دیــواری بــه معمــاری وفــادار اســت همان‌قــدر

که به سه‌پایه نقاشی اش. گرافیتیست از پای یک بنا به پای بنای بعدی می‌دود و در و پنجره و دیوار و نرده و قطار و اتوبوس برایش فرقی ندارد. گرافیتی هم‌پوشانی دارد، پرتاب می‌شود و رنگ عوض می‌کند. تصاویر آن از بچه ای بد و بی‌ادب خبر می‌دهند که همه مرزهای میان جنسیت‌ها و لزومِ پوشانیدن عورت را نادیده می گیرد و دقیق‌تر از آن باید گفت که گرافیتی دیوارهَای شهر، گوشه و کنارها، قطارهای بین‌شهری و اتوبوس‌ها را به یک بدن تبدیل می‌کند. بدنی که سرو ته ندارد. بدنی که از پا تا به سر خالکوبی شده. مگر نه این است که خالکوبی بر پوست بدن انجام می‌شود. در باورهای آیینی کهن، خالکوبی یک نماد یا سمبلی اعتقادی است اما از آن گذشته خالکوبی، بدن را به آن‌چه هست تبدیل می‌کند – نمونه مادی تبادلِ نمادین: بدون خالکوبی یا بدون ماسک، بدن همان است که بود و هنوز روحانیت و معنا نیافته. برهنه و بی‌روح. پس سوپرسکس و سوپرکول با «تاتوکردن» دیوارها، بنا را از اسارت در بندِ معماری نجات داده، بار دیگر به آن زند گی و حضور در اجتماع می‌بخشند و آن را پیش از آن‌که مُهر کارکرد یا موسسه ای را بخورد به بدن اجتماع تبدیل می‌کنند. دیوار تاتو شده پایانِ چهاردیواری است. پایان دوره سرکوب گرانه قطارهای شهری، وقتی که چون موشک یا اژدهایی از این طرف شهر به آن طرف و برعکس در حرکت‌اند، در حالی که از سر تا ته آن‌ها تاتو شده. با این القاب جذاب و تهی از معنا، چیزی در شهر به سوی قبیله‌وارگی میل می‌کند. یک برش در گوشت نشانه‌های تهی که دلالتشان نه بر هویت شخصی بلکه بر وابستگی‌ها و همراهی‌های جمعی است: یک در هم آمیزی جهانیِ خودکفایِ بیوسایبرنتیک.

ظهور چنین پدیده‌ای در شهری نیمه سایبرنتیک که در آن دو برج شیشه ای و آلمینیومی «سازمان تجارت جهانی» ، به عنوان نشانه‌های سراپا آشکارِ غیرقابل نفوذبودن سیستم، حرف اول را می‌زنند شگفت انگیز است.

نقاشی‌دیواری در گتوها هم دیده می‌شود. آثار مداوم اقلیت‌های قومی که به همت خود دیوارهایی را نقاشی می‌کنند. این دسته البته چه از نظر اجتماعی

و چه سیاسی، هم‌جهت و شبیه به گرافیتی‌اند زیرا این‌ها دیوارهایی هستند که با احساس نقاشی شده‌اند و نه با بودجه سازمانی. اما تمرکز آن‌ها روی مسایل سیاسی و پیام‌های انقلابی است: اتحاد مظلومان، صلح جهانی، تبلیغ تاریخ یا ارزش‌های قومی و گه‌گاه خشونت مبارزاتی. به‌هرجهت این دسته اخیر بر خلاف گرافیتی حاوی پیام و معنا است و برخلاف پروژه نقاشی‌دیواری‌های شهری (که از انتزاع و هندسه و هنر سورآل تغذیه می‌کند) از هنر فیگوراتیو و تکامل گرا پیروی می‌کند: چرا که یک پادفرهنگ بوده، بی آن‌که زیرزمینی باشد به آگاهی سیاسی رسیده و بر دفاع از مردم مظلوم تمایل دارد.

ممکن است نظر بدهیم که بعضی از این نقاشی‌دیواری‌ها زیبا هستند و بعضی کمتر. همین که بتوان در موردشان با معیارهای زیبایی‌شناسانه معمول قضاوت کرد نشانی از ضعف ست. مقصودم این است که با این وجود که آن‌ها گروه‌های معترض و ناشناسی هستند اما در کار خود اصولی را محترم می‌شمرند؛ آن‌ها به حامی‌شان و به زبان نقاشی و نظمی در جهت قابل فهم بودن و تبیین‌سیاسی پایبندند واز این بابت همیشه بر لبه پرتگاه هنر دکوراتیو حرکت می‌کنند. چه بسا که نمونه‌هایی از آن‌ها هم وجود داشته و مقبولیت هم یافته‌اند. حتی برخی از آن‌ها از طرف موزه‌ها و ارگان‌های دولتی مورد حفاظت و ثبت قرار می‌گیرند. بنا براین ذهنیت و آداب آن‌ها نیز از ذهنیت و آداب گرافیتیست‌ها که مدام از سوی پلیس سرکوب می‌شوند متفاوت است. حتی عکس گرفتن از گرافیتی را هم ممنوع کردند. علت این است که گرافیتی توهین‌آمیزتر و رادیکال‌تر از هر نوع نقاشی دیواری است. گرافیتی به شهر هجوم می‌آورد و فضایی بِینا هنری و بینا جهان شناسانه دارد. این شبیه به یک پارادوکس است: در حالی که دیوارهایی که سیاهان یا پورتوریکن‌ها نقاشی می‌کنند، حتی اگر امضا شده نباشند، همیشه دست‌کم علامتی مَجازی (سیاسی یا فرهنگی یا هنری یا ارجاعاتی از این دست) در خود دارند، گرافیتی‌ها چیزی جز نام نیستند و از این طریق هیچ ارجاعی را در خود راه نمی‌دهند بلکه خود، مخالفت هستند. آن‌ها رام‌ناشدنی‌اند چرا که هیچ پیامی ندارند.

حـال بـا تحلیـل دو نـوع بازخوانـی کـه موضـوعِ هـردو یکسـان اسـت بـه کشـف دلالـت خواهیم رسـید.

۱ـ ایـن هنـری اسـت شـفا یافتـه. جـی یاکوبـز[5] می گویـد: هنـری بـدوی، هـزاره‌ای و یـک شـکل ارتباط گـون؛ نـه نخبه‌سـالار همچـون اکسپرسیونیسـم انتزاعـی. یـا در جایـی دیگـر می گویـد: قطارهـای متـرو بـه دنبـال هـم، یکـی پـس از دیگـری وارد ایسـتگاه شـده و ایسـتگاه را تـرک می کننـد، مثـل نقاشـی‌های جکسـون پـالاک کـه در راهروهـای تاریخ‌هنـر قطـاروار حمـل و مسـتهلک می‌شـوند.

مـا از هنرمنـدان گرافیتـی صحبـت می‌کنیـم و فـوران هنـری مردمـی کـه بـه دسـت جوانـان اتفاق‌افتـاده اسـت. جوانانـی کـه نقطـه مرکـزی و ویژگـی منحصـر بـه فـرد هنـر دهـه هفتـاد و پـس از آن هسـتند. تقلیـل مـداوم زیبایی‌شناسـی کـه شـکل اصلـی فرهنـگ غالـب اسـت.

۲ـ ایـن از حیـث بازپس گیـری هویـت و آزادی‌فـردی بـه نوعـی «ضدکانفورمیسـم» تفسـیر می‌شـود(و در این‌جـا مقصـود مـن بهتریـن تفسـیرها هـم نیسـت): بقای‌غیرقابل‌ویرانـیِ فـرد در یـک محیـط غیرانسـانی(میتزی‌کونلیف[6] در نیویـورک تایمـز). تفسـیر بـورژواـ اومانیسـتی کـه از سـرخوردگی احساسـات مـا در شـهرهای بـزرگ سـخن می گویـد. بـاز هـم کونلیـف اسـت کـه می گوید: گرافیتـی می گویـد مـن هسـتم. مـن واقعـی هسـتم. مـن این‌جـا بـوده ام. گرافیتـی می گویـد کی‌کـی، دوک، مایـک یـا گینـو زنـده هسـتند و حالشـان خـوب اسـت و در نیویـورک زندگـی می کننـد.

بسـیار خـوب، امـا گرافیتـی آن را بـه ایـن زبـان نمی گویـد. ایـن نـگاه بـورژواـ

5 Jay Jacobs
6 Mitzi Cunliffe

اگزیستانسیالیست و رومانتیسیست ما است که این صدا را روی آن می گذارد. همان خودِ رها و منحصربه‌فرد مان که در خط‌کشی‌های شهر رام شده است. برای جوانان سیاه که شخصیتی نمانده تا بخواهند ازآن دفاع کنند بلکه آن‌ها در خط مقدم دفاع از جمعشان هستند. مبارزه آن‌ها به طور هم‌زمان هم هویتِ بورژوازی را و هم ناشناس بودن را به چالش می گیرد. کول کوک سوپراسترات اسنیک سودا ویرجین: این وِردِ عجیب، این زمزمه براندازِ گمنامی، انفجار سمبولیکِ این نام‌های جنگی بر قلبِ شهرِ سفید، باید که شنیده و فهمیده شود.


.tk
CAUSE
TAKING PICTURES
MOLOTOW
ATM




My Confessions
TENDER

فهرست منابع

منابع اینترنتی

1. Graffiti.org/index/talk.html
2. Norbert Siegl, The cultural phenomenon Graffiti, University of applied arts in Vienna.PDF
3. Susan Farrell, Graffiti Q & A. Interview, Art Crimes, graffiti.org 1994.
4. Steffan Jacobson, A Brief History Of Graffiti Research.PDF
5. Jeremiah Luna, Eradicating the Stain: Graffitti and Advertising In Our Public Spaces.PDF
6. Sonik, Style, Technique, and Cultural Piracy: Never Bite the Hand that Feeds.PDF
7. AprOne: The history of Graffiti-Writing.
8. Pamela Dennant,Urban Expression…Urban Assault…Urban Wildstyle…New York City Graffiti.PDF
9. lpdme.org, Jean Baudrillard, KOOL KILLER or the Insurrection of signs, English translation.PDF
10. Nose Art: Wikipedia.
11. At149st.com, History.
12. Ilovegraffiti.de.
13. Kolahstudio.com.

کتب و مقالات

1. Castleman, C., Getting Up. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1982.
2. Cooper, M. and Chalfant, H., Subway Art. New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1984.
3. Austin, Joe Alan, Taking the train: Youth Culture, Urban Crisis and the "Graffiti Problem" in New York City, 1970-1990. Ph.D. Thesis. University of Minnesota, Minnesota 1996.
4. Abel, E. L. and B. E. Buckley., The Handwriting on the Wall: Toward a Sociology and Psychology of Graffiti. Westport, Connecticut, Greenwood Press, 1977.
5. Beck, J., P. «Graffiti: The Vulgar Blackboard›s Wit.» English Journal 71.3 1982.
6. Blume, R., Graffiti. Discourse and Literature. Ed. T. A. Van Dijk. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1985.
7. Bushnell, J., Moscow Graffiti: Language and Subculture. Boston: Unwin Hyman
8. Glazer, N., «On Subway Graffiti in New York.» The Public Interest 54.Winter 1979.
9. Lindsay, J., The Writing on the Wall: An Account of Pompeii in its Last Days. London: Frederick Muller Limited, 1960.
10. Niernberg, J., «Proverbs in Graffiti.» Maledicta: The International Journal of Verbal Aggression 7 (1983)
11. Read, A. W., «Graffiti as a Field of Folklore.» Maledicta: The International Journal of Verbal Aggression 2 1978.
12. Reisner, R., Graffiti: Two Thousand Years of Wall Writing. Chicago: Cowles Book Company, Inc., 1971.
13. Romotsky, J., and S. Romotsky. Los Angeles Barrio Calligraphy. Vol. 6
14. Ross, G., Revolution on the Walls. The Nation 207.2 (1968)
15. Warakomski, J., The Humour of Graffiti. Spoken in Jest. Ed. G. Bennett. Sheffield, England: Sheffield Academic Press Ltd, 1991
16. Derwanz, Heike, Street Art-Karrieren ,Transcrpit Verlag ,Bielefeld 2013.
17. Bianci, Paolo(utg.), Graffiti: Wandkunst und Wilde Bilder. Birkhäuser, Basel 1984.
18. Jerome Catz, Talk about street art, Flamarion,2014
19. Whitehead, Jessie L., Graffiti: The Use of the Familiar ,Art Education, v57 n6 p25-32 Nov 2004.
20. Jeffrey Ian Ross, Routledge Handbook of Graffiti and Street Art, Routledge 2015.
21. Jeffrey Ian Ross, Encyclopedia of Street Crime in America, Sage Publication 2013.
22. Melissa Hughes, Street Art & Graffiti Art: Developing an Understanding, Georgia State University, 2009.
23. Frank Coffield, Vandalism & Graffiti: The State of the Art, Calouste Gulbenkian Foundation, 1991


DIE GRENZE VERLÄUFT NICHT
ZWISCHEN OBEN UND UNTEN SONDERN
ZWISCHEN DIR UND MIR!